الندوات والمؤتمرات ٢١

اللغة العربية والإعلام

د. مصعب عبد القادر وداعة الله
د. لطفي الزيادي
د. فلاح عامر الدهمشي
أ. د هشام محمد عبّاس زكريا
د. نضال محمد فتحي الشمالي
د. محمد أحمد هاشم الشريف

الندوة التي أقامها المركز بالشراكة مع:
(قسم الاتصال والإعلام – كلية الآداب)
بجامعة الملك فيصل
احتفاءً بالعربية في يومها العالمي (٢٠١٦م)

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)



اللغة العربية والإعلام

الطبعة الأولى
١٤٣٨هـ/ ٢٠١٦م
جميع الحقوق محفوظة
المملكة العربية السعودية.. الرياض
ص.ب ١٢٥٠٠، الرياض ١١٤٧٣
هاتف (٠٠٩٦٦١١٢٥٨٧٢٦٨ – ٠٠٩٦٦١١٢٥٨١٠٨٢)
البريد الإلكتروني (nashr@kaica,org.sa)

ح مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز لخدمة اللغة العربية، ١٤٣٨هـ
فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر.
مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية
اللغة العربية والإعلام./ مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي
لخدمة اللغة العربية.- الرياض، ١٤٣٨هـ.
(١٤٧) ص (سلسلة مباحث لغوية؛ ٢١)
ردمك: ٥-٨-٩٠٨٤٧-٦٠٣-٩٧٨
١–اللغة العربية ٢- الإعلام أ - العنوان
ب – السلسلة.
ديوي ٤١٠ ١٤٣٨/١٠٧١هـ
رقم الإيداع ١٤٣٨/١٠٧١
ردمك: ٥-٨-٩٠٨٤٧-٦٠٣-٩٧٨

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب، أو نقله في أي شكل أو وسيلة، سواءاً كانت إلكترونية أم يدوية أم ميكانيكية، بما في ذلك جميع أنواع تصوير المستندات بالنسخ، أو التسجيل أو التخزين، أو أنظمة الاسترجاع، دون إذن خطي من المركز بذلك.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

بسم الله الرحمن الرحيم

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

كلمة المركز

تتكامل الأنشطة والبرامج في مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية فيما يحقق رؤيته العامة في دعم الأفراد والمؤسسات التي تعمل في خدمة اللغة العربية، وإيجاد حالة إيجابية من العمل المشترك، والتواصل البرامجي والمعرفي؛ تحقيقاً لأهدافه وسياساته العامة، وتمثيلاً لرؤى قيادتنا الرشيدة، واللغة الكريمة التي يخدمها.

وبدعم من معالي المشرف العام وزير التعليم ورؤية مجلس أمنائه يجتهد المركز في العمل ضمن دوائر متعددة، منها: تفعيل الجهود المؤسساتية السعودية لمواكبة الحدث الدولي في الاحتفاء باللغة العربية الذي يأتي في ١٨ ديسمبر من كل عام، ويخطط المركز لهذه المناسبة سنويا؛ لتكون منبراً لإطلاق المبادرات، وتقييم الجهود، والنقاش العلمي. ولتكون يوماً من الاحتفاء بسنة من الإنجاز السابق أو التهيؤ لعام قادم؛ لا أن تكون للاحتفاء الخطابي المجرد.

ويمثل اليوم العالمي للغة العربية مساراً من المسارات التي ينشط فيها المركز؛ لتتكامل مع مساراته الأخرى في النشر والتعاون الدولي والتخطيط اللغوي والمشروعات العلمية والمؤتمرات وغيرها؛ إذ تعد اللغة العربية من أقدم لغات العالم استخداما وأطولها عمرا، كما أنها من أكثر لغات المجموعة السامية متحدثين، وتستمد خلودها وانتشارها من كونها لغة للقرآن الكريم الذي يتصل به خُمُس العالم من خلال استخدام بعض كلماتها في الشعائر الدينية اليومية الرئيسة، إضافة إلى أنها لغة يتصل بها كثيرون لأسباب قومية أو ثقافية أو علمية.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

وامتداداً لشراكات مركز الملك عبدالله بن عبدالعزيز الدولي لخدمة اللغة العربية مع الجامعات السعودية، وتوطيداً للصِّلات العلمية التي تجمعه بها؛ سعد المركز في احتفاء هذا العام ١٤٣٨هـ-٢٠١٦م بالتعاون مع بعض كليات الإعلام وأقسامها في تلك الجامعات، وذلك بتنفيذ برنامج علمي ذي فعاليات ومناشط متنوعة، تتناول موضوعاً واحداً هو (اللغة العربية والإعلام)، سعياً إلى توفير عدد من الدراسات والبحوث والتقارير الميدانية التي تعالج الصلة بين اللغة العربية والإعلام في واقعها ومستقبلها المأمول، ورغبةً في مد جسور التعاون بين المتخصصين في مجالي اللغة العربية والإعلام.

ويضم هذا الكتاب النتاج العلمي الخاص بندوة (اللغة العربية والإعلام) التي وضع المركز رؤاها العامة ضمن برامجه وسعد بموافقة قسم (الاتصال والإعلام) في (جامعة الملك فيصل) على النهوض بها من الناحية العلمية والتنفيذية، بما في ذلك اختيار العنوانات، والتنسيق مع الباحثين، وترتيب أوراق العمل؛ تحقيقاً للتكامل بين التخصصات المعرفية المتجاورة، فلكلية الآداب، ولقسم الاتصال والإعلام وأساتذته وللباحثين المشاركين الشكر والثناء، وأخص منهم سعادة الدكتور سامي الجمعان رئيس القسم، الذي كان له جهد في تذليل الإجراءات الإدارية، وإسهامٌ مباشرٌ في تحفيز العمل، والدفع به إلى النجاح.

ويتطلع المركز إلى مزيد من التعاون في هذا المجال وغيره من أوجه خدمة اللغة العربية.

الأمين العام

د. عبدالله بن صالح الوشمي

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

افتتاحية

ينهض قسم الاتصال والإعلام في كلية الآداب بجامعة الملك فيصل بدور رائد في الشراكات العلمية والحملات التوعوية والمشاركات المجتمعية التي من شأنها التأصيل لأعمال علمية وتوعوية واجتماعية مقننة هدفها تحقيق رؤية ورسالة وأهداف القسم والكلية والجامعة، وهنا يأتي هذا التعاون المتميز بين القسم ومركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية ليثمر عن مشروع مشترك يتمثل في إقامة ندوة متخصصة عن أهمية توظيف اللغة العربية إعلاميا يقدمها نخبة من المتخصصين في هذا المجال ، كما يتضمن إصدار كتاب علمي يضم بين دفتيه عددا من البحوث التي تدور حول علاقة اللغة العربية بالإعلام ، هذه العلاقة التلازمية التي من شأنها أن تؤكد دور القسم والمركز على حدٍّ سواء في مجال خدمة اللغة العربية واستثمار طاقات هذه اللغة ومخزونها الفكري برؤية إعلامية مدروسة بما يميط اللثام عن أهمية توظيف اللغة العربية إعلاميا كونها لغة عالمية ينطقها اليوم ما يقارب مليار إنسان على وجه البسيطة.

ثقتنا كبيرة في أن هذا المشروع ـ بإذن الله تعالى ـ بهذا التنوّع في موضوعاته يعني من بين ما يعنيه انخراط الباحثين في عمق المناسبة واشتراكهم في كتل مفاهيمها المعرفية في آنٍ معًا على محور إعلام الزمن وزمن الإعلام، فالموضوعات المطروحة هنا التي أعدها نخبة من أساتذة قسمي الاتصال والإعلام واللغة العربية بكلية الآداب جاءت لتصب جميعها في موضوع الكتاب وتغوص بامتلاء في جوهر الفعل الإبداعي الذي لا يسمح هذا المقام التقديمي المختصر بتعقّب خصائصه وتفاصيله.

هنا آثرنا الوقوف على عتبات هذا الإصدار التي تلخّص ـ في نظرنا ـ مشروعا استدعته المناسبة ، فضم أربع عتبات غاية في العمق المعرفي المتخصص، جاءت العتبة الأولى فيه لتستقرئ اتجاهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية، بينما

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

تمحورت العتبة الثانية في واقع اللغة العربية وملامحها في ضوء تطور وسائل الإعلام، أما العتبة الثالثة فكانت عن الإعلام العربي الجديد من بلاغة الكلمة إلى ثقافة الصورة، لتستقر العتبة الرابعة عند اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، ولا نشك في أن هذا الجهد المبارك سيكون له ما بعده في منظومة التعاون والشراكة بين قسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل من جهة ومركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية من جهة ثانية، وكلية الآداب بجامعة الملك فيصل ممثلة في قسم الاتصال والإعلام تسعد كل السعادة بهذا التعاون البناء وتدعمه بإمكاناتها كاملة.

إن إيماننا كبير وقناعتنا أكبر في أنَّ تظافر الجهود بين مؤسساتنا الثقافية كفيل بأن يحقق الهدف من هذه المؤسسات التي تحظى بدعم لا حدود له من الدولة ـ أيدها الله ـ ويقوم عليها كوكبة من أبناء الوطن الذين استشعروا مسؤوليتهم وأدركوا أمانة الكلمة وأهمية توجيه الإعلام في عصرنا الحاضر للدفاع عن قضايانا المصيرية ولتحقيق هوية وطننا وتأكيد لحمة أبنائه وتعميق مفهوم المواطنة والانتماء.

والحاصل: إن هذا المشروع البحثي المتخصص يحثّنا على قراءة واقعنا الإعلامي المعاصر ومدى قدرتنا على توظيف لغتنا العربية الأصيلة في الدفاع عن هويتنا وقضايانا المصيرية في عالم أصبح للفعل الإعلامي قدرته الفائقة على تغيير كثير من القناعات عند الدول والشعوب.

أهنّئ الزملاء في قسم الاتصال والإعلام ومركز الملك عبد الله بن عبد العزيز الدولي لخدمة اللغة العربية القائمين على هذا المشروع، وأرجو لهم مزيدا من النجاح والتوفيق، آملين أن يستمر هذا العطاء وهذا التعاون، فلغة القرآن حرية بالاهتمام والدرس والتوظيف.

أ.د. ظافر بن عبدالله الشهري
عميد كلية الآداب بجامعة الملك فيصل

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

رصد وتوثيق

مثل هذه التجارب القائمة على الشراكة والتفاعل بين قطاعين أو أكثر تدفع إلى سرعة الإنجاز ودقته أيضا، وبحكم معايشتي لتجربة الشراكة بين مركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية وقسم الاتصال الإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك فيصل وقفت شخصيا على إيجابيات هذا المشروع المتعددة، أولا من حيث الربط بين جهود جهتين فاعلتين في الحراك العلمي والثقافي، ثانيا من حيث رصد حالة التأثير والتأثر بين مجالين أصيلين في حياتنا : لغتنا العربية بحمولاتها المتعلقة بالهوية والحضارة وما إلى ذلك، ومجال الإعلام بوصفه لاعبا رئيسيا في حياتنا المعاصرة.

هذا المشروع الحيوي الذي يتبناه مركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية يسعى لخلق حركة تفاعل حقيقية بين أساتذة الإعلام بمجالات تخصصاتهم المختلفة وبين قضايا اللغة العربية الراهنة، لذا كان تفاعل الباحثين مميزا، كونهم وجدوا في مجال البحث طرافة وجِدّه، فضلا عن نتائجه ذات النفع المستقبلي الكبير، ومما يزيد هذه الشراكة قوة حرصها على تكرار المشروع مع معظم أقسام الاتصال والإعلام بالجامعات السعودية، مما يكفل حراكا متفردا بين قضا اللغة العربية والقضايا الإعلامية.

هذه الشراكة تنتهي إلى مشروعين علميين أساسيين، الأول: ندوة علمية يعرض من خلالها الباحثون ما توصلوا إليه من نتائج في مَعْرَض أبحاثهم، والثاني هذا المؤلف الذي يضعه المركز بين أيدي القراء والمهتمين والمؤسسات العلمية ليكون مرجعا نافعا للأجيال.

وعليه نتقدم بوافر الشكر لمركز الملك عبدالله الدولي لخدمة اللغة العربية على مبادرته المميزة، ونشكر الزملاء الباحثين على ما بذلوه من عطاءات علمية، آملين أن تستمر مثل هذه المبادرات، وأن تتطور مثل هذه الشراكات.

د. سامي عبداللطيف الجمعان

رئيس قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب، جامعة الملك فيصل

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

اتجاهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية

دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية

د. مصعب عبد القادر وداعة الله

أ.د هشام محمد عبّاس زكريا

مقدمـة:

تبحث هذه الدراسة في إمكانية تحقيق مفهوم التنمية اللغويـة علـى أرض الواقـع من ناحية، وقياس الدور الفعلي الذي يمكـن أن تطلـع بـه النخـب الإعلاميـة في هـذا المجال من ناحية أخرى. حيث يتم التركيز في ذلك على محورين رئيسيين. الأول نظـري مفاهيمي يؤطر للعلاقة بين الإعلام والتنمية اللغوية، ومـدى ارتبـاط الإعـلام وظيفيـاً بمواعين وقدرات اللغة ودلالة المفردات. المحور الثاني يـتم فيـه إجـراء دراسـة تطبيقيـة على عينة مختارة من الإعلاميين المهنيين وأساتذة الإعلام، بغية تلمس مؤشرات علميـة وعملية تمكّن من قياس اتجاهات النخـب الإعلاميـة ومؤسـسات صـناعة الـرأي نحـو مفهوم التنمية اللغوية، ووعيها بالرابطة الموضوعية بين التنمية اللغويـة وتـأثير الرسـالة الإعلامية.

كما تبحث الدراسة أيضاً في أهمية تحقيق مفهوم التنمية اللغوية بـرغم مـا يقابلـها من صعوبات، من واقع أن اللغة من أهم الأدوات الوظيفية في إنتـاج المـادة الإعلاميـة وتوجيه الرسائل. حتى المضمون الإعلامي نفسه يستقر معنـاه وتتـضح تداعياتـه وفقـاً لصياغته اللغوية ومحدداته النصيّة. بناءً على ما تقـدّم، تـسعى الدراسـة للإجابـة علـى سؤال رئيس وهو، ما هي اتجاهات النخب الإعلامية نحو التنميـة اللغويـة؟ ومـن هـذا السؤال تتفرع أسئلة فرعية عديدة هي: ما هو مفهوم التنمية اللغوية وما هي أدواتهـا؟، مـا مـستوى إدراك النخـب الإعلاميـة في الإعـلام الـسعودي لمفهـوم التنميـة اللغويـة وأهميته؟، ما العلاقة بين النخب الإعلامية والتنمية اللغويـة في الإعـلام الـسعودي؟،

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

ولأي درجة تعتبر التنمية اللغوية ضرورية في عمليات التواصل الإنساني المرتبطة بمجالات الحياة المتعددة؟ كما تتساءل الدراسة حول طبيعة التحديات والصعوبات التي تصطدم بها أي جهود مصوبة لتنمية اللغة؟، وطبيعة العلاقة بين الممارسة الإعلامية والتنمية اللغوية في الإعلام السعودي؟

مجتمع الدراسة هجين من أساتذة الإعلام واللغة العربية بجامعة الملك فيصل والقائمين بالاتصال في بعض المؤسسات الإعلامية بالمنطقة الشرقية من المملكة العربية السعودية. استهدفت الدراسة توزيع أسئلة الاستبانة لهذه المجموعات بالتساوي. ومن ثم تحليل الإجابات الواردة والخروج منها بمؤشرات تفسيرية تثبت أو تنفي الفرضية المحورية في الدراسة. وكذلك تجيب على الأسئلة المطروحة. تم اختيار مجتمع الدراسة والتطبيق على هذه العينة المختارة للاعتبارات التالية:

١- قدرة أساتذة الإعلام على النظر للقضية البحثية بموضوعية في هذا المجال، إضافة إلى أن معظم أفراد العينة قد مارس العمل الإعلامي بجانب البحث والتدريس بالجامعات.
٢- قدرة أساتذة اللغة العربية على النظر إلى القضية المطروحة (التنمية اللغوية) للبحث من باب التخصصية في مجال الدراسات اللغوية.
٣- قدرة الإعلاميين بالمنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية على التفاعل الإيجابي مع هذه الظاهرة وتحليلها من خلال الممارسة الإعلامية وقد تم اختيار عينة الدراسة من الإعلاميين من خلال قائمة دورة تدريبية نظمها قسم الاتصال والإعلام بكلية الآداب بجامعة الملك فيصل للإعلاميين بالمنطقة.

هناك أهداف تعوّل الدراسة على تحقيقها الشيء الكثير من خلال قياس اتجاهات النخب موضع البحث نحو التنمية اللغوية، حتى يتم الدفع بالنشاط الإعلامي إلى آفاق النجاح ومجابهة القضايا المجتمعية بالكفاءة المطلوبة. البعض يرى في هذا المنحى أن هناك أهمية خاصة لزيادة وعي النخب الإعلامية وإدراكها المتعمق لدور التنمية اللغوية في العملية الإعلامية. وبالتالي تأكيد قيمة وأهمية التنمية اللغوية كواحدة من أنجع أدوات الإعلام. فضلاً عن السعي بجد، وعبر كل الوسائل المتاحة لأجل تجاوز

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

العقبات الكأداء التي تجابهها عمليات تحقيق التنمية اللغوية. أهم تلك الأهداف تتمثل في الآتي:

١- التأكيد على ارتباط اللغة العربية بوسائل الإعلام وعلى تأثير كل واحد منهما على الآخر.

٢- تعميق مفهوم التنمية اللغوية واستعراض أدواتها.

٣- قياس اتجاهات القائم بالاتصال والنخب الإعلامية بالمملكة العربية السعودية تجاه التنمية اللغوية.

٤- توسيع دائرة الإدراك لقضايا التنمية اللغوية عند الممارسة الإعلامية.

٥- تأكيد قيمة وأهمية التنمية اللغوية كواحدة من أدوات الممارسة الإعلامية.

قامت الدراسة على جملة من الفروض لتكييف العلاقة المنهجية بين المرونة والتجديد في دلالة اللغة من جهة ووعي القائم بالإعلام (أفراد ونخب ومؤسسات) بأهمية ذلك في تكثيف المعاني ونقل المحتوى من جهة أخرى. إنّ المؤسسات الإعلامية من هذه الزاوية ينتظرها دور كبير ومتعاظم في تنمية اللغة وتطويرها. كما أن التنمية اللغوية من جانبها تقوم بالدور الأبرز في زيادة نجاعة المؤسسات الإعلامية ورفع قدراتها بغية إحداث التأثير المطلوب. حيث تتكامل هذه الفكرة وتتشابك أركانها في ظل التعويل على علاقة ارتباط واضحة بين اللغة والإعلام.

هناك مصادر متنوعة للمعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة منها الكتب والدوريات والمجلات إضافة إلى معلومات الاستبانة التي تركز على البيانات المتعلقة بمجتمع الدراسة، كما تنتهج الدراسة أسلوب التحليل الكمي من أجل الوصول إلى نتائج تتوافق مع أطروحة الموضوع. اشتملت الدراسة على أربعة أجزاء رئيسة. أولاً: التنمية اللغوية: أدواتها وتعريفها. ثم إطار نظري عام لفهم العلاقة بين النخب الإعلامية والتنمية اللغوية. ثالثاً: الجزء الخاص بالبحث في العلاقة بين الممارسة الإعلامية والتنمية اللغوية. وأخيراً النموذج التطبيقي لمجتمع الدراسة. هذا بخلاف مقدمة الموضوع والخاتمة التي تحوي الخلاصة وأهم النتائج.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

أولاً: مفهوم التنمية اللغوية: تعريفها وأدواتها:

برزت على الساحة العلمية العديد من التعريفات للغة، حيث ذكر ابن جني أنها أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم [(١)]. وهو تعريف غريب واسع يجعل من اللغة كل نشاط اتصالي، وعرفها السيوطي بأنها الألفاظ الموضوعة للمعاني وحياة البشر وحاجاتهم [(٢)]. والملاحظ هنا أن السيوطي أضاف سمة المرونة إلى اللغة بحيث تتكون من ألفاظ موضوعة. يذكر أن اللغة هي نظام رمزي صوتي ذو مضامين محددة تتفق عليه جماعة معينة، ويستخدمه أفراد تلك الجماعة في التفكير والتعبير والاتصال فيما بينهم [(٣)]. أما عبد العزيز عبد المجيد فيعرّفها بأنها الوسيلة التي يمكن عن طريقها تحليل صورة أو فكرة ذهنية إلى أجزائها أو خصائصها، ثم إعادة تركيب هذه الصورة مرة أخرى في أذهاننا وأذهان غيرنا بواسطة تأليف الكلمات والجمل ووضعها في ترتيب خاص [(٤)].

اللغة والتطور عنصران متلازمان منذ أقدم العصور، لذلك يبدو الفرق بين لغة وأخرى نظيرة هو فقط في الوسائل المتبعة لتنمية اللغات وإثراء تراثها التعبيري. فكلما ازداد تفكير المجتمع اتساعاك وثقافة تطورت لغته وأصبح في مقدوره التعبير عن كل شيء. وهكذا أصبحت الكلمات غنية بالمدلولات، نتيجة لحركة الاتصال الجماهيري الواسعة عبر وسائط الإعلام المختلفة [(٥)].

كانت تلك مداخل مهمة لإيجاد تعريف للتنمية اللغوية، وهي مفهوم ارتكز على معنى التنمية بأبعادها الإنسانية والمادية في الارتقاء بالمجتمع والانتقال به من الوضع

---

(١) ابن جنى، أبي الفتح عثمان، الخصائص، تحقيق محمد النجار، القاهرة، عالم الكتب،١٩٨٣، ص٣٣.

(٢) المزهر، جلال الدين السيوطي، في علم اللغة وأنواعها، تحقيق محمد جاد المولى بيروت، المكتبة اللغوية،١٩٨٦، ص٨.

(٣) أحمد، مدكور على، تدريس فنون اللغة العربية وأنواعها، القاهرة، مكتبة الفلاح، ١٩٨٤، ص٤٠.

(٤) المهموس، عبد الرحمن بن إبراهيم، فنون الاتصال اللغوية، الرياض، دون دار نشر،٢٠٠٧، ص ٣٣.

(٥) قادري، حسين، "دور وسائل الإعلام في تعميم اللغة العربية في الجزائر "، مجلة العلوم الإنسانية، العدد٥، فبراير٢٠٠٤م، ص ٨٠.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

الثابت إلى وضع أعلى وأفضل، وما يتصل بذلك من جهود لاستغلال الطاقات التي تتوافر لديها، وبالتالي فإن مفهوم التنمية اللغوية يأخذ بعداً إيجابياً من حيث النمو باللغة والارتقاء بها عن طريق إضافة مفردات جديدة للتأقلم الإيجابي مع المجتمع. وفقاً لذلك فإن الباحثين يعتقدوا بأن التنمية اللغوية هي سلسلة من الأنشطة الاتصالية المخطط لها والتلقائية عبر مجموعة من الوسائل لتحقيق أهداف تقود طاقات وإمكانيات المشاركين في الحلقات الاتصالية إلى التعبير اللغوي بمفردات جديدة تضيف إلى اللغة في اتجاهات إيجابية.

هذا التعريف ينظر للتنمية اللغوية من نافذة النشاط الإتصالي، وفي الوقت نفسه فإن المعنى يمكن أن يتسع ليشمل كافة الأنشطة الرسمية التي يقوم بها اللغويون من أجل استدعاء ألفاظ جديدة للمعاني القائمة، إضافة إلى الأنشطة غير الرسمية التي تقوم بها المجتمعات اللغوية بصورة عفوية وعبر ذلك تتكون مفردات جديدة للغة. ولطالما أن المجتمعات في حالة من الديناميكية والتطورات في كل ما يلي الأفكار ومكونات البيئة المادية والمعنوية التي تحيط بها، فلن تكون اللغة في حالة ثبات أو تراجع. فهي دائماً ما تعبر عن هذه التطورات، وبالتالي تميل إلى المواكبة من خلال توسيع دلالات المفردات، وابتداع تراكيب ومفردات جديدة قادرة على استيعاب ما يطرأ من تحولات مجتمعية.

أدوات التنمية اللغوية:

ينظر البعض للتنمية اللغوية من زاوية أنها نتيجة تم التوصّل إليها من تشابك وتفاعل عوامل عديدة، أثمرت عن لغة متجددة وتحول ديناميكي على مستوى بناء المفردة وتغير دلالتها. إجمالاً تأثرت اللغة في تنميتها وارتقائها بعوامل كثيرة يرجع أهمها إلى أربع أسباب [1].

أولاً: انتقال اللغة من السلف إلى الخلف.

ثانياً: تأثّر اللغة بلغة أخرى.

(١) وافي، علي، علم اللغة، القاهرة، دار نهضة مصر للطبع والنشر، دون تأريخ، ص١٦٩.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

ثالثاً: عوامل نفسية واجتماعية وجغرافية، كحضارة الأمة وعاداتها وعقائدها وثقافاتها واتجاهاتها الفكرية.

رابعاً: عوامل أدبية مقصودة يتمثّل جلّها فيما تنتجه قرائح الناطقين باللغة، وما تبذله معاهد التعليم ومجامع اللغة.

هناك العديد من المدارس والتيارات التي بحثت في ظاهرة التنمية اللغوية. فهناك من يعزو حدوث تلك الظاهرة للتداخلات والتأثيرات المتبادلة بين الأجناس اللغوية المتعددة. بينما يرجعها البعض الآخر لفواعل الديموغرافيا وحركة العنصر البشري. وهناك أيضاً من يرى في تلكم الظاهرة تجاوباً مع أساليب تعبيرية مبتكرة، سواء كانت صادرة من أفراد أو مؤسسات، أو حتى برزت إلى العيان نتيجة لمجهودات أولئك الذين يستدعون في كتاباتهم تعابير ومفردات غير متداولة تصبح بمرور الزمن جزءاً أصيلاً ضمن مكونات الخارطة التعبيرية. اتساقاً مع ما ذكر يلاحظ أن هناك أدوات عديدة كان لها الدور الأبرز في تنمية اللغة والانتقال بها عبر التراكيب والدلالات من وضعية إلى أخرى سعياً وراء استيعاب معاني وأفكار جديدة ربما لم تكن موجودة. يمكن تلخيص أهم تلك الأدوات في الجوانب التالية:

١- من الأدوات المهمة للتنمية اللغوية هو مظهر تشابك اللغة مع لغة أو لغات أخرى. فيكتب لها النصر فتحتل مناطق اللغة واللغات المقهورة. يتسع وفقاً لذلك مدى انتشارها، وتدخل أمم وأقوام جديدة ضمن عداد الناطقين بها. فاللغة العربية بعد الفتوحات الإسلامية تغلبت على كثير من اللغات الأخرى مثل القبطية والبربرية والمروية. وفي هذا العصر فإن وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية والجديدة تعتبر من آليات هذا الصراع.

٢- أن ينشر أفراد شعب ما إثر هجرة أو احتلال في مناطق جديدة بعيداً عن أوطانهم الأولى، وتتكون من سلالتهم بهذه المناطق أمم كثيرة السكان، فيتسع بذلك انتشار لغتهم وتتعدد الجماعات الناطقة بها. فالاحتلال الإنجليزي مثلاً لأمريكا الشمالية وأستراليا وجنوب إفريقيا جعل الإنجليزية تنتشر في هذه المناطق، على مستوى الوطن العربي نلاحظ ذلك في تأثّر الدول النيلية باللغة

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

الإنجليزية حيث أصبحت هي لغة التعليم والمعاملات الرسمية في عهد الاحتلال البريطاني، بينما تأثرت اللغة العربية في المغرب العربي باللغة الفرنسية بعد الاحتلال الفرنسي، وانعكس ذلك في اللهجة العربية في هذه الدول، إضافة إلى إدخال كلمات جديدة ذات أصول فرنسية إلى اللغة العربية في تلكم المناطق.

٣- أن تتاح لجماعة ما أسباب مؤاتيه للنمو الطبيعي في أوطانها الأصلية نفسها، فيأخذ عدد أفرادها في الزيادة والنمو وتنشط حركة العمران في بلادها فتكثر فيها المدن، فيتسع بذلك نطاق لغتها كما حدث للغة العربية بعد النهضة الحديثة في الخليج العربي، وكما حدث أيضاً للغة اليابانية في آسيا، وبالطبع فاللغات الوافدة ستندمج لغوياً مع اللغة الأصل، مما يسهم في تنميتها من خلال تأثرها ببعض المفردات من لغات متعددة.

٤- من أدوات تنمية اللغة أيضاً تفرعها إلى لهجات وذلك بسبب العوامل الاجتماعية والسياسية التي تتعلق باستقلال المناطق التي انتشرت فيها اللغة. يلاحظ أنه في ظل ضعف السلطة المركزية وانقسامها إلى دويلات مستقلة عن بعضها البعض، يتمدد دور وسائل الإعلام المحلية مما أدى إلى توليد مفردات جديدة لم تكن موجودة.

٥- أبرزت الجهود التي تبذلها وسائل تعليم اللغة ألفاظ جديدة من خلال أنشطة الأفراد والهيئات عبر برامج تطوير اللغة والترجمة والتعريب وغير ذلك.

٦- تأثر الأدباء والكتاب والإعلاميين بأساليب اللغات الأجنبية واقتباسهم أو ترجمتهم لمفرداتها ومصطلحاتها مما انعكس في تنمية لغة الكتابة واتساع نظامها، خاصة أن هذه الفئات هي الأكثر تأثيراً على اللغة.

٧- إحياء الأدباء والكتاب والعلماء والإعلاميين لبعض المفردات القديمة المهجورة، فكثيراً ما يلجئون في ذلك إلى التعبير عن معان لا يجدون في المفردات المستعملة ما يعبّر عنها تعبيراً دقيقاً.

٨- مثلت العولمة بتجلياتها الإعلامية وأدوارها الثقافية والحضارية والقيمية بعداً مهماً في بحث التغييرات التي تطرأ على اللغة بشكل عام وما تحمله وسائل

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الإعلام من دلالات بشكل خاص. فقد أثرت العولمة في اللغة العربية من عدة أوجه، منها ما ارتبط بمكانة اللغة العربية بين المتحدثين بها وباستخدامها وسيلة تواصلية لغوية، ومنها ما ارتبط بتغيير مبناها ومعناها. ويمثل التأثير السلبي في استخدام اللغة العربية بوصفها وسيلة اتصال جانباً من التأثّر بالعولمة، كما يعبّر استخدام المصطلحات الدخيلة مع وجود مرادفاتها العربية أو المعرّبة عن التأثّر السلبي في التعامل مع مستجدات العولمة[(١)].

يتضح من ذلك أن وسائل الإعلام لها دور كبير في مجال التنمية اللغوية، ومن الممكن جداً أن تصبح الرسائل الإعلامية كفيلة بالنهوض بالمستوى اللغوي العام على نحو يحقق الوحدة اللغوية في إطار من الدقة والمعاصرة. هذا الدور المنشود يمثل واقعاً ماثلاً وقائماً بالفعل في كثير من المجتمعات المتقدّمة التي أصبحت فيها وسائط الإعلام تقوم بالشراكة مع المؤسسات التعليمية بدور أكبر في تشكيل ملامح الحياة اللغوية[(٢)].

من خلال ما تم سرده، يمكننا القول بإن حتمية التنمية اللغوية ألقت بظلالها على الاستخدامات اللغوية، وعلى وأداء مؤسسات الإعلام بأجناسها المختلفة. يضاف إلى ذلك أن تلك الحتمية ومن واقع مرجعتيها الغائصة في طبيعة اللغة، أضفت نوع من المرونة المطلوبة في أساليب التعبير وتوظيف الدلالات. لذا باتت العلاقة بين الإعلام والتنمية اللغوية وثيقة. كما أصبح تأثير الإعلام في استحداث مفردات وكلمات ومعاني جديدة مادة بحثية دائمة الحضور في الدراسات التي يجريها علماء اللغويات وعلماء الإعلام والاتصال على قدم المساواة. فضلاً عن أن التنمية اللغوية التي شاركت مؤسسات الإعلام في إحداثها وإبرازها، أسهمت بدور مقدّر في صبغ دلالات الرسائل الإعلامية ومضامين المنتج الإعلامي بقيمة حقيقية، سخرتها

---

(١) إسماعيل، سيوين على، أثر العولمة في اللغة العربية دراسة وصفية مع تحليل لنماذج مقتبسة من جريدة الأهرام، أطروحة تكميلية لنيل الدكتوراه (ماليزيا، كلية معارف الوحي والعلوم الإنسانية، الجامعة الإسلامية العالمية، ٢٠٠٥م) ص ٤.

(٢) التويجري، عبد العزيز، اللغة العربية والعولمة، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، ٢٠٠٨م، ص ٤٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الوسائط الإعلامية في خدمة قضايا المجتمع.

ثانياً: إطار نظري عام لفهم العلاقة بين النخب الإعلامية والتنمية اللغوية :

إنّ اللغة عموماً لها كثير من التعريفات المتداخلة والمختلفة عن بعضها البعض أحياناً. لكن ما يلفت النظر في تلك التعريفات ما تفضّل به العالم السويسري (فرديناند دي سوسير) من أن ما يطلق عليه لفظ لغة ما هو إلّا اشتمال لمعنيين مختلفين عن بعضهما البعض. الأوّل واقعي وقد أطلق عليه" الكلام". والثاني ذهني، وهو "اللغة". مما يعني أن الكلام هو ما يصدر من أصوات. واللغة هي مجموعة الصور الذهنية المختزنة في العقل[1]. هذا التعريف يحمل تساؤلاً جوهرياً لا يخرج عن صلب موضوع الدراسة التي تنقب في أسباب وعوامل التنمية اللغوية. فمن الأوفق أن ننظر إلى التنمية اللغوية من هذه الزاوية في بعديها الرئيسيين. النشاط الذهني المضطرد من جهة، وحركة الصوت والتنغيم التي تخرج بهذا النشاط في صورة تعبيرية أقرب إلى الفهم والتجاوب من جهة أخرى

على صعيد ذي صلة، يصنّف البعض ما يتم من تطوّر في الدلالة والتعبير في المفردات والتراكيب إلى أنه حالة من التحولات الداخلية للغة، تجعلها أكثر توافقاً مع مؤثرات بيئتها الخارجية بعناصرها الساندة والضاغطة. يتضح من ذلك أن التطور اللغوي، وبصرف النظر عما يترتب عليه من نتائج، له مستويات محددة. المستوى الأوّل تطوّر اللغة من الداخل، وهو يشير إلى مسايرة نمو المجتمع ومواكبة تطوره، من خلال الاشتقاق والنحت والتوليد والتعريب. وهذا الضرب من التطور بطيء بطبيعته وقد لا يشعر به أهل اللغة في جيل أو عدة أجيال، لأنهم يعيشونه ويندمجون فيه، وإنما تشعر به وتلامسه الأجيال اللاحقة. أما المستوى الثاني، فهو تطوير اللغة من الخارج، ويقصد به التأثيرات الضاغطة التي تفرض التصرّف في اللغة، فيكون القلب والتحوير والحذف والإضافة، مما يفسد اللغة ويشوهها، خروجاً على القواعد المتبعة والأصول المعتمدة، هذا الضرب من التطور قسري، لأنه مفروض بقوة الواقع، أو تحت تأثير

---

(١) شريف، سامي ونداء أيمن منصور، اللغة الإعلامية: المفاهيم، الأسس، التطبيقات،٢٠٠٤م، ص ١٦.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

غزو فكري، يستصحب غزواً لغوياً[1].

يلاحظ أن مصطلح التنمية اللغوية أضحى من المصطلحات الراكزة في أدبيات اللغة والدراسات اللغوية عموماً برغم حداثة عهده. فهو يتميز بسمات وخصائص تختلف نسبياً عما تتصف به مصطلحات أخرى ذات صلة مثل مصطلح التغيّر اللغوي. مصطلح التنمية اللغوية يشير في أبسط معانيه إلى إحداث تغيّر لغوي نحو هدف منشود. حيث يختلف منهجياً عن مصطلح " التغيّر اللغوي " من واقع أن الأخير يتم في ظروف عادية دون أن يسبقه تخطيط. أشار البعض في هذا المنحى إلى دول حققت نجاحاً مقدراً في تحقيق التنمية اللغوية داخل حدودها الجغرافية. الأمر الذي انعكس إيجاباً في تكوين رصيد من الخبرة المتراكمة في تنمية المعارف باللغات حتى في خارج حدودها[2].

الشاهد في ذلك أن النظرة الموضوعية إلى أي لغة، ما ينبغي لها أن تكون نظرةً هامدة أو ساكنة. بل على العكس، من المهم جداً التعمق في إدراك منطق التطور لتلك اللغة. لربما قادت تلك النظرة الفاحصة لبحث هذا التطور، إلى أن نخضعه لدراسات مقارنة في فتراته التأريخية المتتالية التي شهدت فيها اللغة ظروفاً وملابسات قادت لتحولات كبيرة في مبنى اللغة ومعناها. بالرغم من كل ما سبق، يظل المؤشّر الرئيس لقياس تغيّر اللغة – هو ما يعتري الألفاظ. إذ يأتي التطور في أساسه من توليد المفردات أو تعريبها أو ارتجالها. فمن النواميس المطردة في حياة اللغة أن يصيب البلى بعض الألفاظ، فلا تقوى على الحياة فتسقط من الألسنة وتبقى في القواميس وصدور الحفاظ[3].

علاقة اللغة بالإعلام تتمحور حول بعدين أساسيين. الأول يتعلق بالسياسة

---

(١) البطش يوسف محمد علي، الأخطاء اللغوية في الصحافة الفلسطينية في انتفاضة الأقصى دراسة وصفية، أطروحة ماجستير (غزة، كلية الآداب الجامعة الإسلامية، ٢٠٠٨م)، ص ٧.

(٢) حجازي، محمود فهمي، راجع موقع: http://www.startimes.com/?t=16273925

(٣) عثمان، عثمان أبوزيد، "لغة الإعلام في ضوء نظرية التطور اللغوي "، بحوث ودراسات في الدعوة والإعلام، ال عددا، ١٩٩٢م، ص ص، ١٦٧-١٦٩.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

الإعلامية التي تعتبر مرجعية هامة لإنتاج المضمون الإعلامي. وهو مضمون يفترض فيه أن يخاطب القضايا الحياتية المختلفة ويتماهى مع معطيات المجتمع. يأتي بعد ذلك العنصر البشري وراء العملية الإعلامية وهو ما يشار إليه بالنخبة الإعلامية. وهي تخضع إلى تصنيفات متنوعة. منها المجموعة المهنية التي تمارس المهنة الإعلامية بصفة الاحتراف بعد خضوعها لتأهيل أكاديمي وتدريب. ثم المجموعة المشاركة والأفراد المعاونون. كل هذه الفسيفساء من المجموعات يمكن أن تحمل صفة النخبة الإعلامية، التي تتداخل أهدافها وإسهاماتها في المنتج الإعلامي النهائي الذي يقدّم للجمهور. وهي بهذا المنظور لا تخرج في نشاطاتها وأدوارها عن الدائرة التداخلية والتساند الموضوعي القائم بين اللغة والإعلام.

إنّ دراسة البعد التكويني المحض المتصل ببروز النخب الإعلامية على السطح، واستحداث أدوارها في الميدان الإعلامي، يستوجب تتبع المراحل التاريخية التي مرت بها النخب الإعلامية منذ بداياتها الباكرة وحتى مرحلة فعلها الإعلامي القاصد. الشاهد في ذلك أنه وعلى امتداد تلك المراحل كانت هناك حيثيات وعوامل موضوعية أسهمت في تكوين النخبة الإعلامية. فقد ظل حقل الاتصال والإعلام حتى ستينيات القرن الماضي موضع ارتياد وهجرة من جانب العديد من الباحثين الذين ينتمون لمختلف فروع العلوم الاجتماعية والإنسانيات مثل العلوم السياسية، علم النفس، علم الاجتماع، اللغويات، التأريخ. لذلك وكما لاحظ ولبور شرام (١٩٨٠م) ظل هذا الحقل مجرد إطار تجميعي للتخصصات المختلفة أكثر منه تخصصاً مستقلاً له أبعاده النظرية وحدوده المنهجية الواضحة[١].

في مرحلة أخرى لاحقة ومتزامنة مع بروز الإعلام كحقل معرفي له قواعده العلمية ومناهجه ونظرياته، صارت النخبة الإعلامية أكثر تخصصية ووعي بمطلوبات العملية الإعلامية. وأصبح لهذا المجال تقاليده الواضحة التي تمددت بسلطانها حتى لأولئك الذين يمارسون الإعلام وهم بالأصل ينتسبون لحقول معرفية أخرى. لذا

---

(١) عبد الرحمن، عواطف،" الباحثون الإعلاميون بين الوعي العلمي والالتزام الأخلاقي " الدراسات الإعلامية: العدد ٨٢، مارس ١٩٩٦م، ص ١٣٠.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

أصبحت فكرة النخبة الإعلامية وبرغم مرجعياتها المختلفة، ذات نسق عملي معـروف يحتكم لقواعد المهنية وضوابط الإنتاج الإعلامي. يقودنا ذلك بالـضرورة إلى النظـر إلى النخبة الإعلامية من زاوية منجزاتها في وسائط الإعلام المختلفة لخلق الأثـر المطلـوب، مستفيدةّ في ذلك مـن وظيفـة اللغـة العربيـة وتغلغلـها في معـاني ومـضامين الرسـالة الإعلامية الموجهة.

العلاقة بين اللغة والإعلام تناولتها كثير من الدراسات والبحوث، سـواء في مجـال اللغويات واتجاهات الـسرد، أو حتـى في بحـوث المحتـوى للمنـتج الإعلامـي. الفكـرة الدائمة الحضور في هذا الجانب هي أن إلى اللغة دائماً ما تمثّل المقوّم الأهـم في النـشاط الإعلامي. حيث اعتبر البعض أن اللغة هي حجر الزاوية في العملية الإعلامية بـصرف النظر عن تعدد الوسائل وتنوّع اللغات التي يتم توظيفها. وكلمـا كانـت اللغـة سـليمة محافظة على قوتها ونصاعتها وافية بمتطلبات التعـبير عـن روح العـصر، كـان الإعـلام ناجحاً في إيصال الرسائل إلى الجمهور العريض من المتلقين. بالمقابل إذا فـسدت اللغـة الإعلامية فسد كذلك الذوق العام وتعثّر الفهـم والتواصـل واختلـت مـوازين الـرأي العام[١] .

أما فيما يتصل باللغة العربية على وجه التخصيص، وعلاقتها بالإعلام، فهي من أكثر اللغات صلاحية لتكون لغة الإعلام. ذلك لأسباب عديدة يـأتي علـى رأسـها أن تركيب مفرداتها وعباراتها وقواعدها يتجـه إلى النمذجـة والتبـسيط. وهاتـان الميزتـان تعدان من أهم مميزات اللغة العربية. فضلاً عن ذلك فإن اللغة العربيـة تتـسم بـالترابط بين المدلول الأصلي للفظ والمعنى المقصود منه. علماً بـأن معظـم اللغـات الأخـرى لا تحتفظ بالمعاني الأصيلة للألفاظ التي تطلق على المـسميات الجديـدة. يـضاف أيـضاً إلى السمات الإيجابية للغة العربية أن ألفاظها كثيراً ما تعكس عـادات النـاس وتقاليـدهم. كل ذلك وغيره شفع للغة العربية في أن تكون لغة الإعلام عن جدارة واستحقاق[٢] .

في ذات السياق، هناك تيار آخر نظر بعمق في جدليـة العلاقـة بـين اللغـة العربيـة

---

(١) التويجري، عبد العزيز، ٢٠٠٨م، ص ٤٨.

(٢) البطش يوسف محمد علي، مصدر سابق ص ص، ١١-١٢.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

والإعلام وما يحدث بين الإثنين من علاقات تأثير وتأثر. يرى هذا التيار أن العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في خطوط متوازية، فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما. الإعلام من هذا المنظور هو الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغاً إلى الدرجة التي تضعف فيها خصائصها المميزة، وتلحق بها أضراراً تصل أحياناً لحد التشوهات[(١)]. فهو الوسيلة الأنجع في نشر اللغة والمحافظة عليها، أو بالمقابل التفريط فيها والإساءة إليها.

على صعيد متصل تبدو العلاقة بين ازدهار اللغات وكفاءة المؤسسات الإعلامية طردية في طبيعتها. فكلما ازدهرت لغة من اللغات، كان الإعلام بوسائله المتنوعة أقوى الأسباب في ازدهارها. وما ضعفت لغة وتراجعت أدوارها، إلّا وكان من بين أسباب هذا التراجع قصور وسائل الإعلام في القيام بواجباتها تجاه اللغة[(٢)]. هناك أدلة عديدة تقف شاهدة على قدرة الإعلام بوسائطه المختلفة في التأثير على اللغة، من خلال إحداث بعض التغيرات على بناء الكلمات. أو من خلال تسليط الضوء على كلمات بعينها، أو تحميل بعض الكلمات بمعاني جديدة. لقد بلغت وسائل الإعلام من القوة ما جعلها تفرض اختياراتها في الأسلوب والتعبير. تعززها في ذلك الحاجة الآنية للاستخدام السريع[(٣)].

بناءً على ذلك، وبحكم التوسع الهائل في وسائل الاتصال وتعدد القنوات، ونظراً للتأثير الكبير الذي يحدثه الإعلام في اللغة، أضحت العلاقة بين اللغة العربية والإعلام تشكّل ظاهرة لغوية لافتة للنظر، تبدّت تجلياتها في مظهرين إثنين[(٤)] شكّلا فيما بعد العلامة الفارقة في وضعية اللغة العربية وعلاقات تأثيرها المتبادل مع

---

(١) التويجري، عبد العزيز، مستقبل اللغة العربية، منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، ٢٠٠٤م، ص ٨٠.

(٢) التويجري، عبد العزيز، مصدر سابق ٢٠٠٨م، ص ص، ٤٤-٤٥.

(٣) التازي، عبد الهادي، "وسائل الإعلام والاستجابة الآنية لاحتياجات اللغة "، مجلة مجمع اللغة العربية، العدد ١١٩، مايو ٢٠١٠م، ص ١١٩.

(٤) التويجري، عبد العزيز، مصدر سابق، ٢٠٠٤م، ص ص، ٩-١٠.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

مؤسسات ووسائط الإعلام:

- أولاً: انتشرت اللغة العربية وتوسّع نطاقها إلى مدى كبير لدرجة غير مسبوقة، وأصبحت لغة عالمية التصنيف وواسعة الانتشار دون شك.
- ثانياً: شاعت الأخطاء في اللغة العربية وتفشى اللحن على كثير من ألسنة الناطقين بها. وتم تداول كثير من الصيغ والتراكيب التي لا تمت للغة العربية بصلة فارضةً حضورها على الحياة الأدبية والثقافية والإعلامية حتى أصبحت اللغة الهجين هي القاعدة واللغة العربية هي الاستثناء.

من الملاحظات المهمة التي يجب الوقوف عندها في هذا السياق أن درجة توظيف اللغة تمثل دالة مهمة في مضمون الرسالة الإعلامية وفاعليتها التأثيرية. تواكب مع ذلك بروز أطروحة "الحقل المشترك بين اللغة والإعلام". وهي أطروحة تفسّر من خلال حجج سببية متراتبة قوة الارتباط بين اللفظ والمعنى -التي يشير إليها علماء اللغة بمصطلح حقل الدلالة. الشاهد على ذلك أيضاً ما أولاه علماء الإعلام من اهتمام متعاظم لما يعرف بالإطار المشترك بين الطرفين الأصيلين في الاتصال-مرسل الرسالة ومستقبلها. يتضح من ذلك أن النشاط الإعلامي، مهما كانت درجته، يتخذ من العلاقة بين الإعلام واللغة إطاراً حاكماً وقاسماً مشتركاً لا يتسنى لعمليات التواصل الإعلامي أن تتم خارجه[1] .

إنّ اللغة العربية نفسها، وبرغم دورها الوظيفي الكبير في تشكيل وتحميل معاني ودلالات الرسائل الإعلامية عبر الزمان والمكان، نلحظ كفاءتها التعبيرية وتراكيب مفرداتها شديدة التأثر بعوامل شد وجذب عديدة ومتكاثفة[2]، أحدث بعضها أثراً مباشراً وبعضها الآخر أثراً غير مباشر:

- العامل الأوّل: يشير إلى تأثير اللهجات العامية المحليّة وما تدفع به من مفردات وألفاظ جديدة عبر وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية.

---

(١) الشريف، سامي وندا، مصدر سابق، ص ٣٥.

(٢) مزالي، محمد، "تأثير وسائل الإعلام في اللغة العربية "، مجلة وجمع اللغة العربية، القاهرة، العدد١٢٠، نوفمبر ٢٠١٠م، ص ١٢٠.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- العامل الثاني: يكمن في طغيان اللغات الأجنبية التي تمددت مساحاتها الجغرافية ودخلت مصطلحاتها وتعبيراتها على جمهور المتلقين.
- العامل الثالث: يتمثّل في عودة الخطاب إلى الشفوي، بعد أن تم التخلّص ردحاً من الزمان من أسر الرواية الشفهية نتيجة جهود كبيرة امتدت لقرون من الزمان.

من المهم الإشارة إلى أن الوسائط الإعلامية على تنوّع مسمياتها، قامت بدور مقدّر في تنمية اللغة والقدرات اللغوية على مستوى الأفراد في مختلف مراحلهم العمرية:

١- تميّز التلفزيون على وجه الخصوص بالقيام بهذا الدور بصورة أوضح لدى شريحة الأطفال. فتعلم اللغة والنمو اللغوي عند الأطفال شديد الارتباط بما يسمعه وبما يقدم إليه من الآخرين. لذا تسهم برامج الأطفال في بناء شخصية الطفل ورفع قدراته اللغوية وتوسيع مداركه وثقافته[(١)]. واستطاع التلفزيون بشراكة مع الراديو غزو الذات الإنسانية وجذب المتلقي عبر الصورة ونبرات الصوت[(٢)].

٢- وضح من الخبرات المتراكمة لعقود من الزمان الأهمية الكبيرة للإذاعة في تعليم اللغة العربية للناطقين بغيرها. علاوة على ذلك، دلّت التجارب على الفائدة التي قدمها التلفزيون أيضاً في تنفيذ برامج جادة تستهدف تعليم اللغة للناطقين بغيرها. من هنا لوحظ الدور الكبير الذي اضطلعت به وسائل الإعلام المسموعة والمرئية في تنمية المعرفة باللغة[(٣)].

٣- تأثير الصحافة المكتوبة ما زال قوياً وهي تتميز بأسلوب التحليل الهادئ وتفسير الأحداث، كما أخذت منحى الاستشراف والتنبؤ بالتطورات. هذا ما يجعل من

---

(١) محمود، إبراهيم كايد، " أثر وسائل الإعلام في اللغة العربية " الدراسات الإعلامية: العدد ١١٠، مارس ٢٠٠٣م، ص ١١٣.

(٢) الحوات، محمد علي،" إعداد الإعلاميين وتأهيلهم في مجال الإذاعة والتلفزيون " الدراسات الإعلامية: العدد ٩٣، ديسمبر ١٩٩٨م، ص ١٥٢.

(٣) حجازي، محمود فهمي، مصدر سابق.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الصحافة المكتوبة صاحبة المكانة المقدرة وسط جمهور النخبة عالية التفكير والمؤثّرة في المجتمع[1]. عموماً، فإنّ أثر الصحافة على تنمية اللغة لم يعد خافياً، على سبيل المثال: قدّمت الصحافة العربية ملامح واضحة في بنية الكلمات، فهناك كلمات ذات أصول قديمة، أو معرّبة ودخيلة، استخدمتها الصحافة وطبقتها في كتاباتها الراتبة. على سبيل المثال هناك كلمات كثيرة من هذا القبيل معاصرة ومستخدمة مثل دبلجة، نمذجة، برمجة، أقلمةً وهي مشتقة من كلمات معرّبة ودخيلة. وكان للصحافة الورقية دور في نشرها واستقرارها في اللغة المتداولة. وهي بوزن (فعللةً) الذي أقر من قبل مجمع اللغة العربية[2].

٤- أما اللغة السائدة في مجال شبكات التواصل الاجتماعي، فهي لحد ما مختلفة. فقد وصفها البعض بلغة الثرثرة الإلكترونية من خلال أجهزة الاتصال النقالة والتراسل الإلكتروني والرسائل النصية أو التداولية ومواقع التواصل الاجتماعي. فالمقترضات والمختصرات هي التي تشكّل حضور الآن. كما يلاحظ أن القاموس المتداول بين مرتادي ومدمني غرف الدردشة، هو في الغالب إما مقترض أو معرّب أو مختصر وفق صيغ صوتية وتراكيب عربية شبابية المنحى. هذه اللغة (الإنترنتية) الشائعة في صفوف الشباب الذين نعتتهم وسيلة إعلامية بأنهم (فيسبوكيين) هم الذين تربطهم علاقات (فيسبوكية) استتبعت استعارة صحفية لاحقة للنعت (إنترنت)[3].

إنّ نظرة الصفوة الإعلامية (أفراد ومؤسسات) لقضية التنمية اللغوية (التي تم وصفها في فقرة سابقة من الدراسة بالأمر الحتمي) والمرونة أو التجديد في تركيب المفردات وتوليد المعاني، تعتبر نظرة إيجابية في غالبها. الأمر الذي نتج عنه تفاعل حيوي بين الفكر الإعلامي من جهة، وأساليب التعبير ودلالات الألفاظ من جهة أخرى. لذا لم يعد غريباً أن يبرز نوع التوافق بين التنمية اللغوية وأداء الوسائط

---

(١) الدجاني، هشام،" المثقف والصحافة " الدراسات الإعلامية: العدد ١٢٢، مارس ٢٠٠٦م، ص ٢٠٥.

(٢) حجازي، محمود فهمي، مصدر سابق.

(٣) سراج، نادر، الشباب ولغة العصر، بيروت، الدار العربية للعلوم، ٢٠١٢م، ص ص ٣٤-٦٨.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

الإعلامية. وقد أرجع البعض فضل ذلك إلى النخبة الإعلامية التي استدركت ومنذ وقت مبكّر قضية التنمية اللغوية بأبعادها وتداعياتها، وسعت تلك النخبة توافقاً مع هذا الإدراك إلى الاستفادة من نمو اللغة وتوسّع مواعينها الدلالية في تفعيل النشاط الإعلامي.

ثالثاً: الممارسة الاتصالية والتنمية اللغوية:

ممارسة العمل الإعلامي ترتبط من الناحية الشكلية بمهارات العنصر البشري وسعة الاستخدام للوسيط الإعلامي. وترتبط من الناحية الجوهرية مع استخدامات مهارات اللغة والصياغة والقدرات التعبيرية التي يتم توظيفها في خلق الرسالة الإعلامية ذات المضمون الهادف. من هنا تتجلى وبوضوح أهمية الربط بين ممارسة الإعلام (من حيث الشكل والمضمون) والتطورات التي تتم على مستوى تراكيب اللغة واستحداث الألفاظ. ومن منظور أن اللغة تقوم بدور كبير في تدعيم الوظيفة الإعلامية، يصبح من الأهمية بمكان النظر إلى الرابطة الموضوعية بين ممارسة الإعلام ونمو اللغة أو تنميتها. وما لم يتوطن هذه الوعي وتتفطن له المؤسسات والعقول الإعلامية، يكون من الوارد، بل والحتمي أن تتقازم أدوار المؤسسات الإعلامية عن الاضطلاع بمهامها الرئيسة.

مفهوم اللغة الإعلامية:

يذهب الدكتور محمد سيد إلى أن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون بعلم الدلالات، وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها، حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه، ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل، حقل الدلالة، بين اللغة والإعلام[(١)].

قامت مؤسسات الإعلام بشكل عام، والصحافة بشكل خاص بدور كبير في التثقيف اللغوي ونشر اللغة، فهي المعين الذي يزود العامة والخاصة بالوجبة الثقافية

(١) محمد، محمد سيد، الإعلام واللغة القاهرة، عالم الكتب،١٩٨٤، ص١٤٣.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

اللغوية. قاد ذلك في الأخير إلى إبراز نوع خاص من اللغة، لغة غير علمية بمعناها التجريدي، وغير اللغة الأدبية بمعناها الجمالي، ألا وهي اللغة الإعلامية التي تسعى إلى تحقيق المستوى العلمي على الصعيد الاجتماعي. فهي لغة تتميز بالسلاسة والوضوح والاقتراب من الواقع[1]. عموماً، يمكن القول بإنّ اللغة الإعلامية هي التي تشيع على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية والفنون والآداب ويمكن بيان أهم خصائصها في نقاط موجزة[2].

١- الوضوح، تعتبر هذه السمة هي السمة الأوضح في لغة الإعلام وأكثرها بروزاً ويرجع ذلك إلى طبيعة وسائل الإعلام من ناحية وإلى خصائص الجمهور من ناحية أخرى.

٢- الملاءمة وهي تشير إلى فكرة أن تكون اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية، ومع سمات الجمهور وخصائصه النوعية من ناحية أخرى.

٣- الجاذبية، وهي أن تكون اللغة الإعلامية قادرة على الحكي والوصف والشرح بطريقة حية ومسلية ومشوقة تجذب الجمهور وتقرّب المعنى.

٤- الاختصار، تنبع أهمية هذه الخصيصة من طبيعة الوسيلة المحدودة من ناحية وطبيعة الجمهور القادر على الاستمرار في المتابعة طويلاً.

٥- المرونة، وهي أن تكون اللغة متعددة المستويات بحيث تستطيع مخاطبة أكثر من جمهور ومعالجة أكثر من موضوع وقضية.

٦- الاتساع، يشير ذلك إلى اتساع النطاق الجغرافي وعدد الناطقين للغة، والذي تزامن مع جهود الترجمة اليومية لكثير من المصطلحات للدرجة التي أصبحت معها تنمية اللغة العربية ضرورة ماثلة. وبالتالي دخلت مفردات جديدة أسهمت بدورها في زيادة حجم اللغة الإعلامية وفي اتساعها. إذن اللغة الإعلامية هي

(١) البطش يوسف محمد علي، مصدر سابق ص ٦.

(٢) شرف، عبد العزيز، لغة الحضارة وتحديات المستقبل القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب،١٩٩٩، ص٤٢.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام. وهي قاسم مشترك في كل فروع المعرفة والثقافة والعلوم والفنون والآداب. ذلك لأن مادة الإعلام في التعبير عن المجتمع والبيئة تستمد عناصرها من مجمل الفنون والعلوم والمعارف[1].

٧- القابلية للتنمية، وهذه سمة أضحت ملازمة للغة الإعلامية. على سبيل المثال، لغة الإذاعة في ثلاثينيات القرن الماضي تختلف عنها في الخمسينيات والستينيات، وهذه بدورها تختلف عن مثيلتها في السبعينيات. وتطورت اللغة حتى وصلنا إلى لغة الإعلام الجديد واسعة الانتشار في هذا العصر.

الممارسة الإعلامية والتنمية اللغوية:

أخذ مفهوم التنمية اللغوية أطراً جديدة للبحث والتفسير، توافقاً مع المراحل التي حكمت التطور الإعلامي. ففي كل مرحلة يمر بها الإعلام، كانت هناك تحولات نوعية في طبيعة الوسائط وفي قدراتها الوظيفية في التعبير عن القضايا وفي السعي إلى الوصول بالرسائل إلى جمهور المتلقين بما يحقق الغايات والمقاصد من الرسالة. في كل هذه المراحل كانت النظرة إلى التنمية اللغوية حاضرة من خلال التجاوب الإعلامي مع مستحدثات اللغة والتراكيب. وبالتالي تصبح الممارسة الإعلامية ظاهرة مرتبطة بنمو اللغة وبالتغييرات التي تطرأ على التراكيب ودلالات الألفاظ. ولّما كان الإعلام فعلاً موجهاً للجمهور، صار من واجب مؤسسات ووسائط الإعلام أن تعيد الاعتبار لقضية ربط الممارسة الإعلامية بالمواكبة المستمرة مع التحولات اللغوية. ليس ذلك فحسب، بل أصبحت الأولوية القصوى للعقل الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أن تسهم كذلك في إثراء وتوجيه طاقة اللغة نحو الاتساع وشمولية الدلالة، بما يخدم قضية التعبير في المجتمعات. ويحمّل تلك المفردات والتراكيب المستحدثة بالرسائل الإعلامية متضمنة لقضايا جوهرية تجعل من الجمهور ضامناً للنمو اللغوي ومستفيداً منه.

---

(١) الشريف، سامي وندا، أيمن منصور، مصدر سابق، ص ص ٣٤-٣٥.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

يعتبر الاتصال الجماهيري، بالمقارنة مع العلوم الأخرى حديث نسبياً حيث ترجع بداياته إلى نهايات القرن العشرين. ففي ذلكم القرن كان انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية من إذاعة وتلفزيون، وكانت الصحافة هي الأكثر بروزاً. وفي تلكم الفترة أيضاً، ساد الشعور بأن وسائل الإعلام قوية ومؤثّرة بصورة كبيرة، وتبعاً لذلك ظهرت الأفكار الأولى المؤطرة للممارسة الإعلامية والتي تنعكس تأثيراتها بطبيعة الحال على التنمية اللغوية.

الطلقة المباشرة والتنمية اللغوية:

تفترض أفكار الطلقة المباشرة، والتي تحولت إلى نظرية إعلامية، أن المعلومات تسري من وسائل الإعلام مباشرة إلى الجمهور المتلقي. كما افترضت أن وسائل الإعلام أيضاً هي الطريقة الوحيدة للوصول إلى الناس وإقناعهم[(١)]. لذلك كانت النظرة للإعلام في الأربعينيات من القرن الماضي، قائمة على تأثير الإعلام بما يشبه رصاصة أو حقن تحت الجلد. لقد استفادت اللغة العربية من هذه الأجواء، فساهم القائم بالاتصال في تلكم الفترة في تنمية اللغة العربية للمتلقي من خلال بروز التيار الأدبي في التعبير الإعلامي، فارتقت أذواق الجماهير وانعكس ذلك في زيادة قاموسهم اللغوي. وما ميّز تلكم الفترة أن معظم القائمين بالاتصال كانوا من الأدباء والشعراء واللغويين، فساهموا في تعميق الظواهر التالية عبر وسائل الإعلام:

- أولاً: ظاهرة التفرّد اللغوي. والتفرد اللغوي في أبسط تعريفاته هو ما انفرد بروايته واحد من أهل اللغة ولم ينقله أحد غيره[(٢)]. وقد نقل القائمون بالاتصال في تلكم الفترة الكثير من ألفاظ التفرد اللغوي إلى وسائل الإعلام عبر أشكال الإنتاج الإعلامي المتعدد، وبفضل ذلك أصبحت الكثير من مفردات التفرد اللغوي ثقافة جماهيرية بسبب تكرار استخدامها ودخولها دائرة إدراك الجماهير.
- ثانياً: الدخيل والمعرّب: الدخيل هو الضيف لدخوله على المضيف، ويشير ابن منظور إلى أن الدخيل هو النزيل اللغوي حيث ينزل ضيفاً على اللغة كما ينزل

(١) عباس، هشام محمد، القائم بالاتصال الخرطوم، مطبعة الجمهورية٢٠٠٤، ص٨٣.

(٢) زكريا، ميشال، علم اللغة الحديث، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر،١٩٨٣، ص ٦٩.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

على القوم الضيف. ويطلق أيضاً على المعرّب دخيل. والدخيل والمعرّب تتوافر فيهما الغربة وعدم الانتماء للجذور[1]. لقد ساهم الكثير من القائمين بالاتصال في عصر الطلقة المباشرة في استخدام الدخيل والمعرّب في اللغة الإعلامية، مما انعكس على صيرورة واستخدام هذه المفردات عند المتلقي، وأتاحت مضامين هذه النظرية أن تصبح وسائل الاتصال الجماهيري مضخات للغة الراقية غير المتأثرة بالعامية، مما أبرز عندها بجلاء الوظيفة التعليمية والتثقيفية، خاصةً أن المتلقي وفق هذه النظرية يتفاعل مع الرسالة الإعلامية.

الخبرة المشتركة والتنمية اللغوية:

الكتابات النظرية التي تناولت قضايا الإعلام والاتصال في منتصف القرن العشرين، جعلت من الدلالات اللغوية وما يترتب عليها من تداعيات على النشاط الإعلامي، محل النظر والاهتمام. حاول بعض علماء الاتصال حينها بناء جدلياتهم النظرية حول بعدين رئيسيين. الأوّل هو القائم بالاتصال ومدى التصاقه بالقضايا الحياتية والهموم الجماعية التي يلتف حولها المجتمع. البعد الثاني، يعنى به الجمهور المستهدف بالرسالة الإعلامية بتصنيفاته وخصائصه المنسوبة والمكتسبة. الجزئية الأهم التي ركزت عليها نظريات تلك الحقبة، هي اقتراح وتنفيذ الصيغة الأمثل لتوثيق الرابطة بين القائم بالاتصال والمتلقي. ولعل هذه الجزئية هي جوهر العملية الإعلامية برمتها. فالنشاط الإعلامي لا يخرج عن كونه إرسال رسالة لجمهور مستقبل مع ضمان تفاعل هذا الجمهور مع تلك الرسالة. لذا ظهرت مصطلحات من شاكلة الخبرة المشتركة والإطار الدلالي وغيرها من المصطلحات والمفاهيم التي ترمي في نهاية المطاف إلى توظيف المتاح من قوالب التعبير خدمة للوظيفة الإعلامية في صورتها المهنية.

وفقاً لذلك برز مفهوم الخبرة المشتركة أو الإطار الدلالي في خمسينيات القرن الماضي وهو يشير إلى وجود خلفيات مشتركة بين القائم بالاتصال والمتلقين من خلال

---

(١) بن منظور الأفريقي، محمد بن مكرم، لسان العرب، تحقيق محمد بك الحسيني، القاهرة، دار النوادر، ١٩٨٠، ص٢٨٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

معايشة القائم بالاتصال لقضايا المجتمع أو الدراسة والاضطلاع على واقع الجمهور[1]. ولتطبيق مفاهيم الإطار الدلالي، لا بد من استخدام لغة مشتركة بين القائم بالاتصال والجماهير بحيث يتم استخدام الألفاظ المألوفة توخياً للفهم الحقيقي لها والتبسيط والتفسير في تعميق المعاني الأصيلة وإشاعتها على أوسع نطاق بين الجماهير، ومن ضمن هذا النسق من الممارسة استمرار بعض الإعلاميين في توظيف القوالب الجاهزة بدون وعي وبلا تبصّر، الأمر الذي قد يوحي إلى المتلقي بأنه أمام لغة جامدة فاقدة للحيوية والابتكار والتجديد.

التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية:

برزت مفاهيم التعرّض والإدراك والتذكّر الانتقائي في الستينيات من القرن الماضي، ويشير مفهوم التعرّض الانتقائي إلى عمليات اختيارية للمتلقي لمضمون وسائل الإعلام وفق اعتبارات الإدراك والاهتمام والتذكّر. حيث إن اختلاف أفراد الجمهور عن بعضهم البعض سواء من الناحية التعليمية أو النفسية أو الاجتماعية يحتم وجود اختلافات في مدارك الناس. وبالتالي قدرتهم على تفسير المعلومات الواردة لهم من القائم بالاتصال[2].

وفقاً لذلك، فإن هذا المفهوم يبرز دوراً مهماً لوسائل الإعلام في التنمية اللغوية، حيث تتطلب هذه العمليات مخاطبة الجمهور وفقاً لخصائصه، وبالتالي ظهرت لغة جديدة تقسم الجمهور إلى فئات. فهناك اللغة الإعلامية الموجهة للطفل، واللغة الإعلامية الموجهة إلى المرأة. كما أن هناك لغة إعلامية موجهة إلى قطاعات نوعية مثل اللغة الإعلامية الموجهة لجمهور الرياضة. وكل نوع من أنواع هذه اللغات الإعلامية أضاف مفردات جديدة للغة العربية وانتقلت وفقاً لهذا المنظور من الاستخدام الإعلامي إلى الاستخدام الجماهيري.

انطلاقا من هذه الفكرة، نجد أن الجمهور المتنوّع ساهم بصورة واسعة وجلية في إنتاج قائمين بالاتصال متخصصين في هذه المجالات، وهم بالطبع ساهموا في قضايا

(١) محمد عباس، هشام، بحوث في الاتصال، القاهرة، الدار العربية للنشر،٢٠١١، ص٨٦.

(٢) المصدر نفسه، ص٩٣.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

التنمية اللغوية وجعلوها لغة الإعلام في الميدان المعين، الأمر الذي أحدث تحوّلاً نوعياً في استخدام مفردات وتراكيب جديدة وغير مسبوقة في اللغة الإعلامية.

ترتيب الأجندة والتنمية اللغوية:

شهدت بدايات النصف الثاني من القرن العشرين تحولات جذرية في الهياكل والمؤسسات الدولية كجزء من حزمة تدابير شهدتها السياسة الدولية والعالم يخرج لتوه من حرب عالمية ثانية بعد حالة من التمحور والانقسامات والمواجهات المسلحة. برزت أقطاب جديدة وأفل نجم دول كانت ضمن الفاعلين الدوليين الأساسيين. استمرت هذه التحولات لتصل ذروتها في سبعينيات ذلك القرن لتبرز على السطح العالمي قضايا نوعية مختلفة عما سبق، ومضامين جديدة يتحرك في إطارها الرأي العام. ومع تشعّب تلك القضايا أخذ الإعلام على عاتقه مسؤوليات جديدة وأعباء جسام، وأجندات جديدة كذلك، مما انعكس على منهجية عمله وانتقاء مفرداته وتجاوبه مع الجمهور.

برزت أفكار نظرية ترتيب الأجندة في سبعينيات القرن العشرين. وهي تستند إلى فكرة أن لوسائل الإعلام القدرة على تشكيل الرأي العام حول القضايا التي يواجهها المجتمع. ومن خلال حجم الطرح لهذه القضايا وتسليط الضوء عليها في وسائل الإعلام يستثار اهتمام الجمهور بها[(١)]. وبعبارة أخرى، ترى هذه الأفكار التي تطورت إلى نظرية أن وسائل الإعلام قادرة على تحويل اهتمام الجمهور إلى قضايا أو أفكار معينة. لقد ساهمت وسائل الاتصال الجماهيري عبر استدعاء مفردات جديدة في اللغة العربية في المساهمة في ترتيب الأجندة. وأدخلت في قاموس المتلقين مصطلحات جديدة مثل الرأسمالية والإمبريالية والليبرالية في تناولها للفكر الحر. ومفردات مثل الماركسية واللينينية والاشتراكية عند تناولها للفكر الشيوعي. وانتقلت هذه الممارسة إلى واقع اليوم في استحداث مصطلحات جديدة مثل الإرهاب والتوظيف السياسي لهذا المصطلح في وسائل الإعلام الغربية. وغير ذلك من المفردات التي تهدف إلى

---

(١) محمد عباس، هشام، بحوث في الاتصال، مصدر سابق، ص٩٩.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

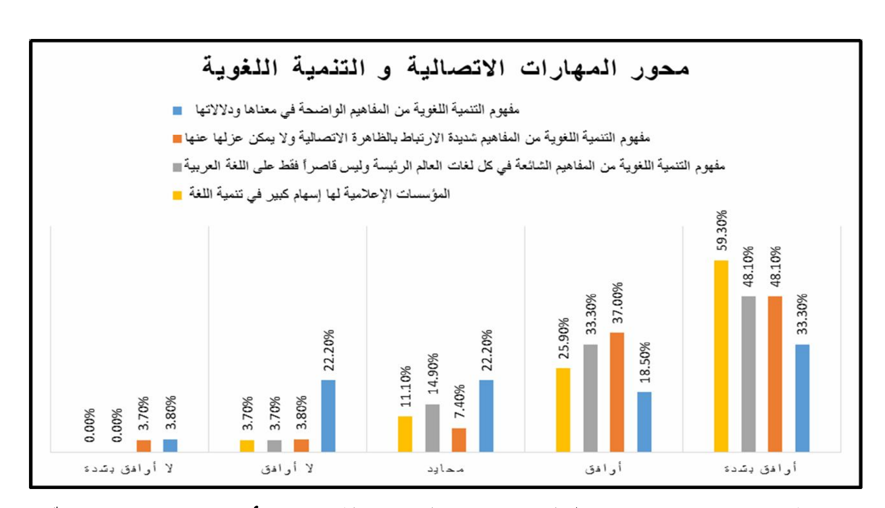
ترتيب أولويات الجمهور والاستمرار في إنتاج مفردات لغوية جديدة.

رابعا: **النموذج التطبيقي**:

اشتملت أسئلة الاستبانة التي تم توزيعها على العينة المختارة على ثلاثة محاور هي المهارات الاتصالية والإطار الدلالي والتعرّض الانتقائي. كل محور من هذه المحاور تضمن أربعة أسئلة تبحث في علاقة التنمية اللغوية بمهارات الاتصال والدلالات والتعرّض. المحاور الثلاثة التي خصصتها الدراسة حوت ثلاث حزم مرتبطة ببعضها البعض. كما ارتبطت من الناحية المنهجية مع مكونات المقدمة مثل الأسئلة والفرضية الرئيسة وحدود المشكلة والأهداف التي تعمل الدراسة على تحقيقها. العينة المختارة التي وزعت عليها الاستبانة شملت مجموعة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية، من واقع أنهم أكثر دراية بالتحولات التي تتم على مستوى اللغة من ناحية، ولهم كذلك خبرة متراكمة في بحث ظاهرة الاتصال وقياس ما يترتب من آثار وتداعيات على مضامين الإعلام ورسالته.

أسئلة المحور الأول سعت إلى تغطية الجزئية المتعلقة بمدى رسوخ مفهوم التنمية اللغوية عند القائم بالاتصال، ومدى ارتباط هذا المفهوم بظاهرة الاتصال. كما تضمنت تساؤلاً في هل من الممكن إطلاق القول بإنّ التنمية اللغوية في جوهرها ومظهرها حالة تتلبس جميع اللغات وليست خاصة باللغة العربية فقط؟ أم أن هناك خصوصية تتعلق باللغة العربية يجب أخذها في الاعتبار. مما قد يعنى أنّ المنظور التحليلي لأبعاد وتداعيات التنمية اللغوية والانتقالات التي تتم على مستوى البناء والتراكيب والدلالات ربما هو منظور عام في كنهه ولا يحل صفة تخصيصية للغة بعينها. في هذه الحالة تصبح تأثيرات التنمية اللغوية على الإعلام والرسالة الإعلامية أشبه بالظاهرة الكلية التي تتم في إطار إنساني جامع أكثر من كونها مجرد ظاهرة جغرافية ذات ارتباط بلغة أو مجموعة أو إطار قومي. هناك تساؤل آخر في هذا المحور يتركز حول إسهام المؤسسات الإعلامية في مجال التنمية اللغوية والبحث بعمق وعن قرب في مضمون السياسات والتخطيط الإعلامي، وهل حوت هذه السياسات وعياً مستبطناً، أو حتى ظاهراً بأهمية التنمية اللغوية.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)



فيما يلي وضوح معنى ودلالة مفهوم "التنمية اللغوية" أوضح نسبة مقدّرة من أفراد العينة وصلت إلى ٣٣,٣٪ أنهم يوافقون بشدة على أنّ مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها. بينما وقف ٢٢,٢٪موقف المحايد، وبنفس النسبة ٢٢,٢٪ ذكر أفراد العينة أنهم لا يوافقون بأن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها، أما ١٨,٥٪ من أفراد العينة فلم يوافقوا على ذلك، بينما كانت هناك نسبة ٣,٨٪ من أفراد العينة لا يوافقون وبشدة. من العرض السابق يبرز وضوح مفهوم التنمية اللغوية لدى الممارسين والأكاديميين في الحقل الإعلامي والمختصين في مجال اللغة، ولكنه ليس القدر الذي يحيل هذا المفهوم الى ثقافة مهنية تكسب اللغة الإعلامية المساهمة الإيجابية في عمليات التنمية اللغوية. في ذات الاتجاه فإن النسبة المحايدة تظل مؤثرة وهي التي لم تستطع التحديد الدقيق لهذا المصطلح، أما رأي أفراد العينة الخاص بموافقتهم على عدم وضوح المفهوم فهو أيضاً نسبة معتبرة تلفت النظر الى أهمية الاهتمام بتعميق مفهوم التنمية اللغوية وسط القائمين بالاتصال.

أما الجزئية المتعلقة بمدى الارتباط بين مفهوم التنمية اللغوية وظاهرة الاتصال، فنجد ما نسبته ٤٨,١٪ من أفراد العينة يوافقون بشدة على أن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزلها عنه بأي حال من الأحوال. بينما وافق ٣٧٪ على ذلك، أما ٧,٤٪ من أفراد العينة فإنهم لم يتمكنوا من

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

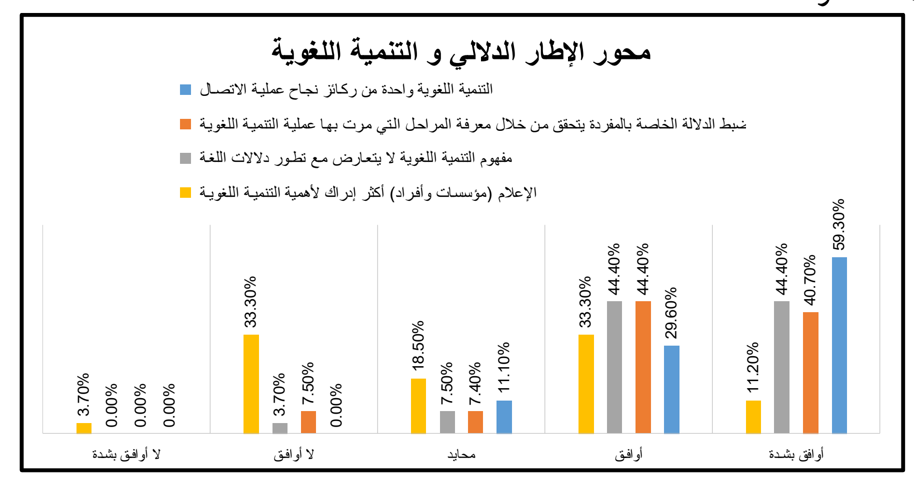
تحديد رأيهم، بينما نسبة ٣,٨٪ لم يوافقوا ونسبة ٣,٧٪ من أفراد العينة لم يوافقوا وبشدّة على أن مفاهيم التنمية اللغوية شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزلها عنه. والمتأمل لهذا الاستعراض يصل الى حقيقة أن هنالك قناعات إيجابية لدى الممارسين للإعلام والأكاديميين بأن مفهوم التنمية اللغوية شديد الارتباط بالظاهرة الاتصالية مع تباين درجة القناعات، ولا تزال نسبة قليلة من هذه الشريحة حتى الآن غير قادرة على تحديد العلاقة بين مفهوم اللغة الاتصالية والظاهرة الاتصالية، بينما لا تزال ولكن بنسبة ضعيفة جداً بعض الفئات من الإعلاميين والأكاديميين لا ترى ثمة ارتباط بين مفهوم التنمية اللغوية والظاهرة الاتصالية.

مضمون السؤال الثالث فيه إشارة إلى أن التنمية اللغوية ظاهرة متمددة في كل اللغات وليست مقتصرة فقط على اللغة العربية. وافق بشدة ٤٨,١٪ من أفراد العينة على أن مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الشائعة في كل لغات العالم الرئيسة وليس قاصراً على اللغة العربية، أما ٣٣,٣٪ منهم فقد وافق على ذلك، بينما لم تستطع ١٤,٩٪ ٪من عينة الدراسة تحديد ذلك وأصبحت محايدة، أما ٣,٧٪ فإنهم لم يوافقوا على ذلك. إن هذه البيانات تعكس اطلاع معظم أفراد العينة على اللغات غير العربية وهي ظاهرة إيجابية سوف تمكن بالطبع من الاستفادة من خصائص اللغة العربية في الممارسة الإعلامية والتفاعل مع ظاهرة التنمية اللغوية ايجابياً عند ممارسة أنشطة الترجمة والتعريب في العملية الإعلامية. ومن جهة أخرى فإن هذه البيانات تعكس استعداد الإعلاميين والأكاديميين في المملكة العربية السعودية لتنمية اللغة العربية من خلال تفاعلها مع اللغات الأخرى.

تضمن السؤال الرابع في هذا المحور استفهاماً حول مدى إسهام المؤسسات الإعلامية في دعم وتعزيز التنمية اللغوية وإبراز قيمتها الحقيقية. وافق ٥٩,٣٪ بشدة من أفراد العينة على أن المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة، أما ٢٥,٩٪ فقد وافق على ذلك، بينما يرى ٣,٧٪ أن المؤسسات الإعلامية ليس لها دور كبير في التنمية اللغوية، أما ١١,١٪ من أفراد العينة فلم يستطيعوا أن يسهموا برأي واضح في هذه القضية ووقفوا في ميدان المحايدة. من هذا الاستعراض نصل إلى حقيقة

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

رسوخ قناعات النخب الإعلامية والأكاديميين في مجالي الإعلام واللغة العربية في المملكة العربية السعودية بأهمية المؤسسات الإعلامية في الإسهام الكبير في تنمية اللغة مع تفاوت درجة هذه القناعات. وترى الدراسة أن نسبة من يرون عدم إسهام المؤسسات في ذلك هي نسبة معتبرة، وتقود إلى مؤشرات مفادها أن هناك إسهامات واضحة لبعض الأفراد الإعلاميين في تنمية اللغة. كما أن المؤسسات الإعلامية بما فيها وسائط الإعلام الجديد حققت قدراً كبيراً في هذا الجانب. أما وجود عدد من أفراد العينة داخل دائرة الحياد فإنه يعني اهتمام بعض النخب الإعلامية والأكاديميين بقضية الممارسة الإعلامية أكثر من النظر إليها من باب التخطيط وهذه تقود إلى ميدان وبحث آخر.



أسئلة المحور الثاني خصصت لمعرفة الرابط الموضوعي بين الإطار الدلالي العريض ومسارات التنمية اللغوية وما يكتنف هذه الرابطة من علاقات سببية. بمعنى أن دلالات المفردات والألفاظ تصبح أكثر وضوح في ظل محافظة اللغة على إيقاع منتظم من النمو والتطور في معانيها المستحدثة وتراكيبها. جاء السؤال الأول في هذا المحور استفسارياً يرجّح نجاح عملية الاتصال، وعلى كافة مستوياتها إلى مقوّمات ومرتكزات رئيسة، تأتي على رأسها التنمية اللغوية. قد يستنتج من ذلك، كما ورد في مادة التساؤل التالي، أن ضبط دلالة المفردة نفسها يتحقق بصفة شرطية، هي معرفة

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

المرحلة الدقيقة التي مرت بها اللغة في مسيرة نموها وتطورها. السؤال الثالث من المحور ركّز على استجلاء حالة التعارض أو عدم التعارض بين مفهوم التنمية اللغوية من جهة وتطور دلالات المفردات من جهة أخرى. السؤال الأخير في المحور يدور حول الإعلام بمؤسساته وأفراده، هل هو مدرك لأهمية التنمية اللغوية، أم أن وعي تلك المؤسسات وهؤلاء الأفراد ما زال محدوداً. مما قد يؤدي إلى تقازم دور الإعلام وانخفاض فاعلية رسائله الموجهة للجمهور نتيجة عجز القائمين عن مواكبة نمو وتطور اللغة.

حول مدى الاعتقاد بأنّ التنمية اللغوية تعتبر واحدة من أهم ركائز و مقوّمات العمليات الاتصالية الناجحة، وافق ٥٩,٣٪ بشدة على أن التنمية اللغوية واحدة من ركائز نجاح عملية الاتصال، بينما وافق ٢٩,٦٪ على ذلك، أما ١١,١٪ فلم يحدد رأيه في ذلك، ولم يبد أي من أفراد العينة عدم الموافقة، ومن هذا الاستعراض تصل الدراسة إلى حقيقة القناعات الإيجابية لدى النخب الإعلامية والأكاديميين بالمملكة العربية السعودية بدور التنمية اللغوية في نجاح عملية الاتصال، إلا أن هناك نسبة ولكنها ضعيفة لم تستطع ربط التنمية اللغوية بعملية نجاح الاتصال، مما يعني ضرورة استمرار الجهود وسط الفئات المؤثرة لترسيخ هذه العلاقة

ضبط دلالة المفردة من خلال تتبع مراحل التنمية اللغوية كانت محل استفسار، حيث وافق بنسبة ٤٤,٤٪ من أفراد العينة أن ضبط الدلالة الخاصة بالمفردة يتحقق من خلال معرفة المراحل التي مرت بها عملية التنمية اللغوية. أما ٤٠,٧٪ فقد وافقوا بشدة على ذلك. بينما لم توافق نسبة ٤,٧٪ من أفراد العينة. أما ٤,٧٪ من العينة فإنهم لم يستطيعوا تحديد رأيهم في ذلك. المتأمل لهذه البيانات يصل إلى حقيقة قناعات القائمين بالاتصال والأكاديميين الإعلاميين واللغويين في المملكة العربية السعودية تجاه أهمية معرفة المراحل التي مرت بها التنمية الاتصالية للمساهمة في ضبط الدلالة الخاصة بالمفردة، مما يعني ضرورة تجسير العلاقة بين اللغويين والإعلاميين للمساهمة الإيجابية في إثراء المعارف المشتركة. مما ينعكس إيجاباً على الأداء الإعلامي. ولا يمكن تجاوز النسبة الكبيرة من أفراد العينة التي ترى أنه ليس من المفيد معرفة مراحل عملية

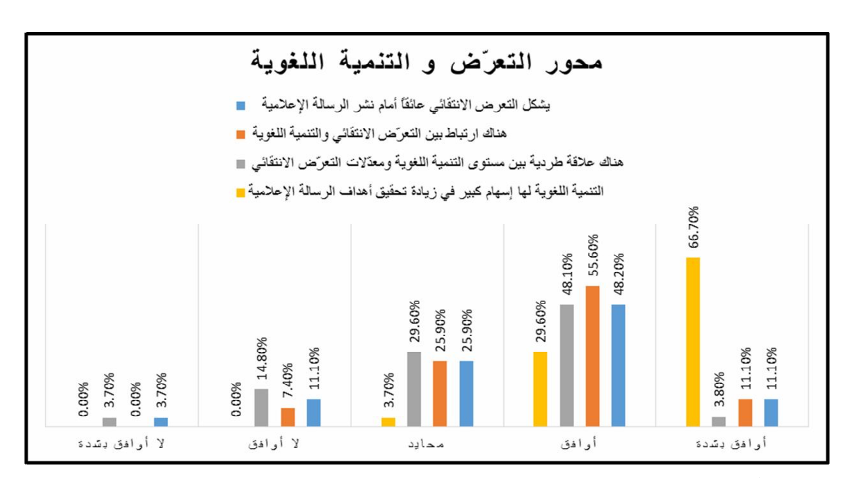
(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

التنمية اللغوية لضبط الدلالة الخاصة بالمفردة ولعل هذه القناعات لها تأثير على نمطية اللغة في بعض المنتوجات الإعلامية مما يعني ضرورة تكثيف الجهود لمزيد من الإدماج بين الإعلاميين واللغويين أو تأهيل قائم جديد بالاتصال تدعمه المعرفة اللغوية.

فيما يلي التساؤل أو الاستفسار حول عدم التعارض بين مفهوم التنمية اللغوية وتطور دلالات المفردة، وافق ٤٤,٤٪ من أفراد العينة وبشدة على أن مفهوم التنمية اللغوية لا يتعارض مع تطور دلالات اللغة. وبنفس هذه النسبة وافق على ذلك مجموعة من أفراد العينة. أما ٧,٥٪فلم يدلوا برأيهم في هذا الموضوع، واكتفوا بأن يكونوا محايدين. أما ٣,٧٪ من أفراد العينة فلم يوافقوا على ذلك. من هذا الاستعراض يبرز المفهوم الايجابي للقائمين بالاتصال والأكاديميين والإعلاميين واللغويين بأن مفهوم التنمية اللغوية يسير في ذات اتجاه تطور الدلالات مما يدلل على أن هذا المفهوم يعني التنمية الايجابية والارتقاء باللغة. ورغم ذلك الا أن بعض النخب الإعلامية والأكاديميين يرون أن مفهوم التنمية اللغوية يتعارض مع دلالات اللغة ويبدو أنهم وصلوا الى هذا الاعتقاد من خلال نظرتهم لبعض الممارسات الإعلامية وليس النظرة المثالية لما هو مطلوب.

حول مدى إدراك الإعلام (مؤسسات وأفراد) لأهمية التنمية اللغوية، كانت هناك إجابات متفاوتة. وافقت نسبة ٣٣,٣٪ من أفراد العينة على أن الاعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراكاً لأهمية التنمية اللغوية. وإذا أضفنا اليها نسبة ١١,٢٪ من أفراد العينة الذين وافقوا بشدة فإن معظم أفراد العينة بذلك يذهبون في هذا الاتجاه. بينما هنالك نسبة مقدرة تصل الى ٣٣,٣٪ لم توافق أن الاعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراكاً لأهمية التنمية اللغوية، بينما لم تبد نسبة ١٨,٥٪ رأيها في هذه القضية. أما نسبة ٣,٧٪ فهي لم توافق بشدة. من هذا الاستعراض نلاحظ تقارب النسب مما يعني أن قضية إدراك أهمية التنمية اللغوية في الإعلام (مؤسسات وأفراد) ما زالت محط الجدل بين النخب الإعلامية والأكاديميين في الإعلام واللغة العربية، مما يعني ضرورة طرح هذه القضية في ميدان البحث والنقاش حتى يتم الوصول الى صيغ توافقية.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)



أسئلة المحور الثالث تبحث في المقارنة بين متغيرين، وتفسير ما يتم بينهما من تساند، هما التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية. تمت صياغة أسئلة هذا المحور بصورة مبسطة ومباشرة. السؤال الأوّل: هل يمكننا اعتبار التعرّض الانتقائي كظاهرة لصيقة بالعملية الإعلامية، تقف حجر عثرة أمام نشر الرسالة وذيوعها بين الجمهور؟ وهل هناك أي نوع من الرابطة، موضوعيةً كانت أم شكلية بين التنمية اللغوية والتعرّض الانتقائي إذا صحت فكرة أن هناك رابطة بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية، هل تتأهل حينها هذه الرابطة المشار إليها لتحمل صفة التلازمية، بمعنى أن العلاقة ستصبح طردية بين درجات التنمية اللغوية ومعدّلات التعرّض الانتقائي. ثم تنتهي تساؤلات المحور باستفهام رئيس، ومرتبط بجوهر الدراسة، هو مدى إسهام التنمية اللغوية في تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية. أي أن القائم بالاتصال سيعوّل كثيراً على توظيف اللغة في آخر مراحل تطورها المتزامن مع لحظة إجراء الاتصال حتى يتيقن أن رسالته مؤهلة لتحقيق أهدفها المنشودة.

تنوعت الإجابات فيما يلي السؤال حول وقوف التعرّض الانتقائي حائلاً أمام انتشار الرسالة الإعلامية. حيث وافق أفراد العينة بنسبة ٤٨,٢٪ أن التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام يشكل عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية. وإذا أضفنا من يوافقون بشدة والذين كانوا بنسبة ١١,١٪ فهذا يعني أن معظم النخب الاعلامية والأكاديميين في الإعلام واللغة العربية يسيرون في هذا الطريق. أما نسبة ٢٥,٩٪ من أفراد العينة فظلوا محايدين في إعطاء رأي عن هذا الموضوع، بينما لم توافق نسبة

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

١,١١٪ من أفراد العينة على فكرة أن التعرض الانتقائي يشكل عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية. كما لم توافق نسبة ٣,٧٪ من عينة الدراسة بذلك. إن الناظر الى هذه البيانات يصل إلى حقيقة مهمة وهي أن إدراك النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية في المملكة العربية السعودية إلى مسألة أن استخدام اللغة الإعلامية في الوسيلة يحدد إلى حد كبير طبيعة الجمهور الذي يتعرض للمادة الإعلامية، آخذين في الاعتبار أدراكه وفهمه ومستوى مخاطبته.

الرابطة القوية بين التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية، كانت جوهر السؤال الثاني في هذا المحور. حيث وافق أفراد العينة بنسبة ٥٥,٦٪ إلى أن هناك إرتباطاً قوياً بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية. وإذا أضفنا نسبة الذين وافقوا بشدة والتي بلغت ١١,١٪ نجد أن معظم أفراد العينة يحملون ذات القناعة. أما ٢٥,٩٪ فلم يستطيعوا التعرف على العلاقة بين الظاهرتين وظلوا محايدين في إبداء الرأي. ولم توافق نسبة ٧,٤٪ من أفراد العينة على وجود هذا الارتباط. من هنا يتضح جليّاً إدراك معظم النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية لظاهرة الارتباط بين التعرض الانتقائي والتنمية اللغوية وهذا بالطبع سينعكس في الممارسة الإعلامية ايجاباً من خلال تأثير هذه الفئة في توضيح هذه العلاقة للقائمين بالاتصال في الإعلام السعودي مما يُوجد لغة إعلامية لكل جمهور. هذا مع اعتبار النسبة الكبيرة التي لم تستطع إدراك هذه العلاقة مما يعني ضرورة ادماج مثل هذه القضايا الدقيقة في الدورات التأهيلية للإعلاميين.

تباينت وجهات النظر للمستطلعين حول وجود علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدّلات التعرّض الانتقائي. وافق مجموعة مقدّرة من أفراد العينة بنسبة ٤٨,١٪ بأن هناك علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدلات التعرض الانتقائي. وإذا أضفنا نسبة ٣,٨٪ والتي وافقت بشدة فإن ذلك يعني وجود قناعات راسخة لدى معظم النخب الإعلامية والأكاديميين في مجال الإعلام واللغة العربية بأن ظاهرة التعرض الانتقائي تعمل على تنمية اللغة. أما ٢٩,٩٪من أفراد العينة فقد كانوا محايدين في إبداء الرأي مما يعني عدم ترسخ هذه العلاقة في إدراكهم للظاهرتين. والملاحظ أن ١٤,٨٪ من أفراد العينة لم يوافقوا على وجود هذه العلاقة الطردية وهي

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

نسبة ضعيفة مقارنة بحجم العينـة، بينمـا لم يوافـق بـشدة ٣,٧٪. هـذه النـسب تعطـي مؤشرات لتباين نظر أفراد العينة لمفهوم جمهور وسائل الإعلام مما انعكس علـى تبـاين نظرتهم لمفهوم ووظائف التعرض الانتقائي.

السؤال الأخير في الاستبانة تركّز حـول مـدى إسـهام التنميـة اللغويـة في تحقيـق أهداف ومرامي الرسالة الإعلامية. معظم أفراد العينة اتفقـوا علـى أن التنميـة اللغويـة لها إسهام كبير في زيادة وتحقيق أهداف الرسالة الإعلاميـة، حيـث ذكـر ٦٦,٧٪ أنهـم يوافقون بشدة على ذلك. وكذلك وافق ٢٩,٦٪ من أفـراد العينـة. بينمـا هنـاك نـسبة ٣,٧٪ لمن وقفوا على الحياد في التعبير عن رأيهم في هذه القضية. يلاحظ في ذلـك أنـه لا يوجد أحد من أفراد العينة لم يوافق أو لم يوافق بشدة على إسهام التنميـة اللغويـة في تحقيق أهداف رسالة الإعلام. وهذه البيانات تعكس الاعتقاد الكبير للنخب الإعلاميـة والأكاديميين في مجالي الإعلام واللغة العربية بـأن التنميـة اللغويـة لهـا إسـهام كـبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية. مما يستوجب إدخـال ثقافـة التنميـة اللغويـة في برامج تطوير مهارات القائمين في الاتصال في المؤسسات الإعلامية المتعددة.

الخاتمــة:

التنمية اللغوية لا تعدو كونها محصلة جمعية لنشاط رسمـي يقـوم بـه أهـل اللغـة، عبر استدعاء ألفاظ جديدة ربما لم تكن مطروقـة. إضـافة إلى أنـشطة أخـرى متتابعـة في طبيعتها تقوم بها الفواعل الاجتماعية المتنوعة. الأمر الذي يقود إلى تحولات جديدة في أبنية المفردات والألفاظ وكذلك في أصواتها ومعانيها. لـذا يـصبح مـن المهـم للإعـلام (مؤسسات وأفراد) المـساهمة في إعـادة إنتـاج هـذه المفـردات واسـتخدامها، كـضمانة لوصول مضامين الإعلام ورسالته إلى الجمهور. وحتى لا تتخلف مؤسـسات الإعـلام عما يجري من تحولات وتجديد في اللغة.

وضح أن التنمية اللغوية تتحقق من خلال أدوات عديدة بعضها مباشر وبعـضها الآخر غير مباشر. لذا ينظر للتنمية اللغوية من هذه الزاوية باعتبارها مادة حية ودائمـة الحضور في أجندات الدراسات والبحـوث الـتي تـستهدف كـل مـا يترتـب علـى هـذه التجديد من نتائج وتداعيات. غالب ما جرى من دراسات في هـذا المنحـى توصـل إلى تسمية العديد من الأدوات التي أسهمت بشكل واضح في تنميـة اللغـة والانتقـال بهـا

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

عبر التراكيب والدلالات. يتضح من ذلك أن النظرة للغة يجب تأخذ في الاعتبار الخاصية الديناميكية للغة وقدرتها على التجدد والتجديد. الأمر الذي يدفع النخب الإعلامية والأكاديمية لأن تكون على دراية ومواكبة لأدوات ومراحل هذه النزعة التجديدية الطاغية التي تمتلكها اللغة.

من النقاط المهمة التي وقفت عندها الدراسة أن ممارسة الاتصال لا تتحقق بصورة ناجحة إلّا من خلال توظيف التراكيب اللغوية المستحدثة. مما يقف شاهداً على صحة وجود الرابطة الموضوعية بين التنمية اللغوية والممارسة الإعلامية. ما يلفت النظر في ذلك أن الإعلام السعودي كما الإعلام العربي، يتأثر بشكل كبير بالتطورات التي تطرأ في معاني ودلالات المفردات المستخدمة في لغة الإعلام. حيث تقع المفردة الإعلامية تحت تأثيرات من جبهات عديدة، منها الضغط الذي تمارسه اللغة العامية، والتأثيرات المتولدة من أثر اللغات الأجنبية. فضلاً عن النمو الطبيعي للغة المدفوع في أحيان كثيرة بعوامل ذاتية بحتة تتفاعل فيها اللغة في داخلها وفي بيئتها المحيطة بصورة تلقائية.

إنّ الفكرة المركزية في الدراسة انطوت على أن وعي القائم بالاتصال بضرورة التجديد في دلالة اللغة يزيد من فاعلية الرسالة الإعلامية ويعزز من قيمة الممارسة الإعلامية. آخذين في الاعتبار دراسة الحالة وهي تطبيق على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية. وعلى الرغم من أن قضية إدراك أهمية التنمية اللغوية ما زالت محط الجدل بين النخب الإعلامية والأكاديميين في الإعلام واللغة العربية، إلّا أن مجموعة مقدرة من المستطلعين تدرك التداخل بين التنمية اللغوية وطبيعة الوظيفة الإعلامية. بعد جمع إجابات الاستبانة وتحليلها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- أولاً: هنالك قناعات إيجابية لدى الممارسين للإعلام والأكاديميين بأن مفهوم التنمية اللغوية شديد الارتباط بالظاهرة الاتصالية.
- ثانياً: هناك قناعات إيجابية أيضاً لدى النخب الإعلامية والأكاديميين بالمملكة العربية السعودية بالدور الكبير الذي تقوم به التنمية اللغوية في نجاح الاتصال وزيادة فاعليته.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- ثالثاً: نسبة كبيرة من الإعلاميين المهنيين والأكاديميين في مجالي الإعلام واللغة العربية على قناعة تامة بإن التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية.
- رابعاً: استخدام اللغة الإعلامية في الوسائط الإعلامية يحدد الى درجة كبيرة طبيعة الجمهور الذي يتعرض للمادة الإعلامية وفقاً لإدراكه وفهمه ومستوى مخاطبته.
- خامساً: مفهوم التنمية اللغوية يسير في ذات اتجاه تطور الدلالات مما يؤكد على أن هذا المفهوم ما هو إلّا تعبير عن التنمية الايجابية والارتقاء باللغة.
- سادساً: مفهوم التنمية اللغوية بات واضحاً لدى الممارسين والأكاديميين في الحقل الإعلامي والمختصين في مجال اللغة. لكن هذا الوضوح ليس بالقدر الذي يحيل هذا المفهوم الى ثقافة مهنية تكسب القائم بالاتصال قدرة أكبر في دعم وتعزيز التنمية اللغوية.

كما توصلت الدراسة إلى جملة من التوصيات تتمثل في الآتي:

١- تجسير هوة العلاقة بين اللغويين والإعلاميين للمساهمة الإيجابية في إثراء المعارف المشتركة وخلق المواكبة المطلوبة فيما يلي تطور دلالات المفردة واستخداماتها في مجال الإعلام.

٢- تنويع البرامج المقدمة عبر الوسائط الإعلامية المتنوعة ومراعاة تنفيذ تلك الرامج بتوافق مع تطور دلالات الألفاظ والمفردات الإعلامية.

٣- تنفيذ الدورات التدريبية المتخصصة في مجال التنمية اللغوية ودورها في دعم الرسالة الإعلامية ما ينعكس بصورة إيجابية على النشاط الإعلامي.

٤- الاستفادة من سمات اللغة العربية وتشجيع الثقافة اللغوية لدى القائم بالاتصال ودعم هذا التوجه في مجال الدراسات والبحوث العلمية والتأهيل الأكاديمي.

٥- جعل مفهوم التنمية اللغوية ثقافة عامة في النشاط الاتصالي وذلك عبر البرامج الرسمية وغير الرسمية.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

ملحق (١) استبانة مصممة لغرض علمي فقط

دراسة حول اتجاهات النخب الإعلامية نحو مفهوم التنمية اللغوية: دراسة تطبيقية على عينة من الإعلاميين وأساتذة الإعلام بالجامعات السعودية

الاسم.. (ليس ضرورياً)

ضع علامة (√) أمام الإجابة التي تراها صحيحة :

م	السؤال	أوافق بشدّة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدّة
المحور الأوّل: المهارات الاتصالية والتنمية اللغوية :						
01	مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها					
02	مفهوم التنمية اللغوية شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزلها عنها					
03	مفهوم التنمية اللغوية شائع في كل لغات العالم الرئيسة وليس قاصراً فقط على اللغة العربية					
04	المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة					
المحور الثاني: الإطار الدلالي والتنمية اللغوية:						
01	التنمية اللغوية واحدة من ركائز نجاح عملية الاتصال					
02	ضبط الدلالة الخاصة بالمفردة يتحقق من خلال معرفة المراحل التي مرت بها عملية التنمية اللغوية					
03	مفهوم التنمية اللغوية لا يتعارض مع تطور دلالات اللغة					
04	الإعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراك لأهمية التنمية اللغوية					

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياَ أو تداولها تجارياَ)

المحور الثالث: التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية:

م	السؤال	أوافق بشدّة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدّة
01	يشكل التعرض الانتقائى عائقـاً أمـام نشر الرسالة الإعلامية					
02	هناك ارتباط بـين التعـرّض الانتقـائى والتنمية اللغوية					
03	هناك علاقة طردية بين مستوى التنمية اللغوية ومعدّلات التعرّض الانتقائي					
04	التنمية اللغوية لها إسهام كبير في زيادة تحقيق أهداف الرسالة الإعلامية					

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

ملحق (٢) نتيجة الاستبيان بالنسب المئوية

المحور الأوّل: المهارات الاتصالية والتنمية اللغوية:					
	أوافق بشدة	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق بشدة**
مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الواضحة في معناها ودلالاتها	33.3٪	18.5٪	22.2٪	22.2٪	3.8٪
مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم شديدة الارتباط بالظاهرة الاتصالية ولا يمكن عزلها عنها	48.1٪	37.0٪	7.4٪	3.8٪	3.7٪
مفهوم التنمية اللغوية من المفاهيم الشائعة في كل لغات العالم الرئيسة وليس قاصراً فقط على اللغة العربية	48.1٪	33.3٪	14.9٪	3.7٪	0.0٪
المؤسسات الإعلامية لها إسهام كبير في تنمية اللغة	59.3٪	25.9٪	11.1٪	3.7٪	0.0٪
المحور الثاني: الإطار الدلالي والتنمية اللغوية:					
	أوافق بشدة	**أوافق**	**محايد**	**لا أوافق**	**لا أوافق بشدة**
التنمية اللغوية واحدة من ركائز نجاح عملية الاتصال	59.3٪	29.6٪	11.1٪	0.0٪	0.0٪
ضبط الدلالة الخاصة بالمفردة يتحقق من خلال معرفة المراحل التي مرت بها عملية التنمية اللغوية	40.7٪	44.4٪	7.4٪	7.5٪	0.0٪
مفهوم التنمية اللغوية لا يتعارض مع تطور دلالات اللغة	44.4٪	44.4٪	7.5٪	3.7٪	0.0٪
الإعلام (مؤسسات وأفراد) أكثر إدراك لأهمية التنمية اللغوية	11.2٪	33.3٪	18.5٪	33.3٪	3.7٪
المحور الثالث: التعرّض الانتقائي والتنمية اللغوية:					

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
يشكل التعرض الانتقائى عائقاً أمام نشر الرسالة الإعلامية	11.1٪	48.2٪	25.9٪	11.1٪	3.7٪
هناك ارتباط بين التعرّض الانتقائى والتنمية اللغوية	11.1٪	55.6٪	25.9٪	7.4٪	0.0٪
هنـاك علاقـة طرديـة بـين مـستوى التنمية اللغوية ومعدّلات التعـرّض الانتقائي	3.8٪	48.1٪	29.6٪	14.8٪	3.7٪
التنمية اللغوية لهـا إسـهام كـبير في زيــادة تحقيــق أهــداف الرســالة الإعلامية	66.7٪	29.6٪	3.7٪	0.0٪	0.0٪

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

واقع اللّغة العربيّة وملامحها في ضوء تطوّر وسائل الإعلام

د. لطفي الزيادي

تمهيـــد:

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوباً وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾ (الحجرات ١٣).

الاتصال كما تبيّنه هذه الآيات الكريمة حاجة بشرية وظاهرة اجتماعيّة لا يمكن الاستغناء عنها. فالمجتمع هو مجتمع اتصالي بدرجة أولى والإنسان كما تبيّنه كل البحوث والتجارب الاتصالية والاجتماعية لا يمكنه العيش في عزلة فهو في حاجة أكيدة وطبيّعية للاتصال والتواصل مع باقي أفراد المجموعة الذين يتعايشون معه مكوّنين بذلك المجتمع الإنساني فالإنسان كما يقول ابن خلدون "مدني بطبعه".

ويقصد بالاتصال عمليّة إرسال واستقبال المعلومات بهدف إحداث تغيير إيجابي. وللاتصال مستويات عديدة تختلف بإختلاف عدد المشاركين في العمليَة الاتصاليّة وطبائعهم وكذلك أهدافها ووسائلها: فهو ذاتيSelf-communication إذا حدث داخل الفرد حينما يحدّث نفسه وتخامره أفكار يناقشها مع ذاته وداخل كيانه. وهو شخصي يمكن أن يحدث من شخص إلى آخرone to one أو من شخص إلى عدّة أشخاص one to manyبطريقة مباشرة ودون استعمال وسيلة وهو كذلك جماهيري إذا تمثّل في عمليّة بث مضامين متعدّدة ومختلفة في مناطق جغرافيّة متنوّعة وإلى أفراد مختلفين وذلك باعتماد وسائل اتصالية (الصحف والإذاعة والتلفزيون ووسائل الاتصال الحديثة).

ويسمّي الأخصائيّون هذا النوع من الاتصال بالاتصال الجماهيري أو الإعلام ويشمل "كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة... والمعلومات السليمة عن القضايا والمشكلات بطريقة موضوعيّة وبدون تزييف بما يؤدّي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من الوعي والمعرفة

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المتلقي للمادة الإعلاميّة وبما يسهم في تنوير الرأي العام"[1] ولنشر وبث مضامينها استعانت وسائل الإعلام منذ نشأتها باللغة في شكل صور متحرّكة في البداية وفي شكلها المنطوق في مرحلة ثانية عندما ازداد تطوّرها. وقد مكّنت الشراكة بين اللغة ووسائل الإعلام, الإنسان, "من تجاوز الأساليب القديمة المعتمدة في تناقل الأفكار والمشاعر"[2].

وكلمة لغة أوlanguage أخذت من الأصل اللاتيني lingua وقد عرّفها لسانيّون كثيرون تعريفا علميّا مثل Sapir-Edward الذي وصفها بأنها "منهج بشري صرف غير غريزي لإبلاغ الأفكار والعواطف والرغبات بواسطة نظام من الرموز signes المحدثة"و Stuart hale الذي اعتبرها مؤسّسة اجتماعية يتفاعل بها الناس عن طريق الرموز الشفهية السمعية المستخدمة بحكم العادة". أما في العربية فكلمة لغة اشتقت من اللّغا واللغو هو الكلام غير المفيد الذي لا يعتدّ به"[3].

وقد كان الاتصال في بدايته غير لفظي يعتمد الإشارات والأصوات كالصراخ والزمجرة والهمهمة ثم ومع تزايد أعداد البشر وتفاقم الحاجة إلى التبادل والتواصل مع الأفراد والجماعات وضع الإنسان لنفسه لغة منطوقة للتخاطب.ويرجع المؤرّخون ظهور لغة التخاطب إلى ما قبل سبعة آلاف سنة من ميلاد المسيح في منطقة الشام والعراق ووسائل الإعلام منذ تبنّيها اللّغة كأداة لنشر مضاميها, تعتمد مختلف أنماط اللّغة المرئية (الكتابة) والمسموعة (الإذاعة) للتواصل مع جماهيرها, فالكلام هو المظهر المنطوق من اللّغة بينما الكتابة فهي المظهر المقروء منها. علاقة وسائل الإعلام باللّغة هي إذن علاقة وطيدة وضاربة في الزمن وهي كذلك علاقة مصلحة. فوسائل الإعلام في حاجة إلى اللّغة بشتّى أنواعها وأشكالها ومستوياتها لنشر مضامينها وبثها إلى اكبر عدد من الجماهير واللغة في حاجة إلى وسائل الاتصال والإعلام لضمان انتشار واسع ولدى أكبر عدد ممكن من الجماهير.

---

(١) محمد الصيرفي، الإعلام، الاسكندريّة، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩، ص١٥.

(٢) هادي نعمان الهيتي: في فلسفة اللّغة والإعلام، القاهرة، الدار الثقافيّة للنشر، ٢٠٠٧، ص٥٨.

(3) majles.alukah.net/t141552/

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

في إطار بحثنا هذا سنحاول فكّ رموز العلاقة بين وسائل الإعلام واللّغة العربيّة ودراسة مدى تأثّر اللّغة العربية من عدمه, في شكلها واستعمالاتها وانتشارها, بتطوّر وسائل الاتصال والاعلام:هل انعكس تطوّر وسائل الاتصال والإعلام على اللغة العربية؟ هل شهدت اللغة العربية حراكا وهل عرفت تغيَرات نتيجة تطور وسائل الاتصال والإعلام؟ ماهي أهم ملامح استعمالات اللّغة العربيّة في وسائل الاتصال الحديثة؟ هل تساهم وسائل الاتصال والإعلام في نشر ودعم اللغة العربية ؟ هل تشكّل وسائل الاتصال والإعلام معيارا لقياس الحراك اللغوي؟ هل تعبّر الممارسات اللغويّة الإعلامية عن واقع اللّغة في المجتمعات العربيّة؟

حزمة من الأسئلة نطرحها ونحاول الإجابة عنها فى إطار هذا البحث الذي يندرج ضمن البحوث الوصفية التي "تهدف إلى جمع المعلومات اللازمة لإعطاء وصف لأبعاد أو متغيّرات الظاهرة المدروسة وذلك من خلال تحديد ماهيّة الأشياء"[(١)] وهو ما يحتّم علينا اعتماد المنهج الوصفي التحليلي الذي "يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبّر عنها كيفيّا وكميّا"[(٢)] .

وحتّى يكون بحثنا واقعيّا وجدّيا ويستجيب لقواعد البحث العلمي وباعتباره من فئة البحوث الوصفيّة التحليليّة اعتمدنا لإنجازه على الكتب والوثائق والمراجع العلميّة وكذلك المصادر التوثيقيّة ومواقع وسائل الإعلام بشتّى أنواعها وماتحتويه من أرشيف مكتوب ومسموع ومرئي كما قمنا بجولات وزيارات ثاقبة ومتأنّية لمواقع التواصل الاجتماعي وغرف النقاش والدردشة التي تخصّ موضوع بحثنا; وقد قسّمنا بحثنا هذا إلى قسمين أساسيين: يعنى القسم الأول بدراسة وتحليل واقع وملامح علاقة اللّغة العربية بوسائل الإعلام التقليدية (الصحافة المطبوعة والاذاعة والتلفزيون) وخصّصنا القسم الثاني للبحث في أهم سمات ومميّزات استعمالات اللّغة العربيّة في وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي.

---

(١) محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنيّة، ٢٠١٤، ص٢٨.

(٢) حمد سليمان المشوخي: تقنيّات ومناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي،٢٠٠٢ ص٨٤.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

حتى نتمكّن من تشخيص واقع اللّغة العربيّة في وسائل الإعلام بدقة ووضوح وتحديد ملامحها وأشكالها وكيفيّة استعمالها، وجب علينا وصف وتحليل علاقة وسائل الإعلام واللّغة في سياق التطورات التي عرفها ويعيشها المشهد الاعلامي العربي ودراسة انعكاساتها اللغويّة وهو ما سيمكّننا من معرفة ما إذا كانت اللغة العربية عرفت حراكا وتغيّرات بسبب هذه التطوّرات في شكلها وتراكيبها... وهل تغيّرت استعمالاتها أم لا نتيجة ذلك، وسنهتم في هذه المرحلة الأولى من بحثنا بوسائل الإعلام التقليدية أي الصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون.

١ـ اللغة العربية لغة العصر أم لغة الماضي ؟

يجب الإشارة أولا وقبل كل شيء إلى أنّه رغم أن اللّغة العربية يتكلّمها أكثر من ٢٩٥ مليون نسمة ورغم تطوّر وسائل الإعلام العربية بكلّ أنواعها المقروءة والمسموعة والإلكترونية كمّا وكيفا فإن البحوث والدراسات حول اللّغة العربيّة وإستعمالاتها في حقل الإعلام نادرة جدّا



إلاّ أنّ تغيّر وتطوّر مهامّها وطرق توظيفها يحتّم الاهتمام أكثر بدراستها والبحث فيها وفي مسيرتها وأشكالها واستعمالاتها ورسم أهدافها المستقبليّة وفق ما تتطلّبه المرحلة. فخلال السنوات التي تلت إستقلال معظم الدول العربية المستعمرة (١٩٥٠-١٩٦٠م) اعتمدت وسائل الإعلام إلى جانب التعليم كأداة لتنفيذ ودعم السياسات اللغويّة في الدول العربيّة وبطريقة غير مباشرة ما تتضمّنه وتسعى لنشره هذ السياسات

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

من أفكار وآرء ومواقف سياسية وحمايتها من التشوية من منطلق قومي-عربي ولكن مع بدايات السنوات ٩٠ ظهرت وانتشرت لغة جديدة ليست بالفصحى ولا بالعاميّة سمّيت بعدّة مسمّيات مثل "لغة الاعلام" واللّغة الوسطى" و"اللّغة الثالثة" هذه اللغة المحدثة اجتاجت كلّ المضامين الإعلاميّة (البرامج الحواريّة والرياضيّة والاجتماعيّة والثقافية...) ماعدا البرامج الإخباريّة التي تمسّكت بنشر وبث مضامينها باللغة العربية الفصحى المكتوبة وكذلك المقرؤءة. هذه اللّغة الإعلاميّة, هي "لغة سهلة تميل إلى الإيجاز وتعتمد ألفاظا مألوفة تخضع لحقيقة بسيطة وهي الوضوح والدقة والمباشرة" [١]
وبما أن وسائل الإعلام تتوجّه إلى كافة شرائح المجتمع بمختلف مستوياتهم الثقافية والعلميّة واللغويّة... فقد لاقت هذه اللّغة نجاحاً كبيراً لدى كافة الجماهير وتبنتها كل وسائل الإعلام بأنواعها المكتوبة والمسموعة والمرئية. لوحظ كذلك في هذه الفترة تفاقم ظاهرة اللجوء إلى التعدّدية اللغويّة من قبل عديد الدوريات وداخل صفحات نفس الدوريّة (صدور صحف بعدة لغات أجنبيّة خاصّة الفرنسية والإنجليزية وكذلك صحف ومجلات تعتمد لغتين مختلفين في نفس العدد العربيّة والفرنسيّة أوالعربيّة والإنجليزيّة) وكذلك اجتياح بعض القنوات الاجنبية المشهد الإعلامي في بعض الدول العربية (القناة الفرنسيّة ٢ Antenne وراي آونوRAI UNO الإيطاليّة في تونس...) إلى جانب ظهور وسائل إعلام تعتمد لغات محليّة ومناطقيّة. هذا الاختراق اللغوي للمشهد الإعلامي العربي يبين ويؤكّد عجز وسائل الإعلام العربيّة على الحفاظ على اللّغة العربيّة الفصحى كلغة إعلام كما كان الشأن قبل السنوات ٩٠ مثلما عجزت كل التدابير والقوانين والأوامر المتّخذة في شتى البلدان العربيّة على تعريب لافتات المحلات التجاريّة والمؤسّسات الحكوميّة والوثائق الإداريّة خاصّة في الجزائر ومصر وتونس.

ظاهرة اللّغات الهجينة في وسائل الإعلام تفاقمت أكثر فأكثر مع إنتشار العولمة وتزايد عدد الإذاعات والقنوات التلفزيونيّة الفضائيّة وظهور آنترنات ووسائل

---

(١) إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي وتكنولجيا الاتصال الجماهيري، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصريّة، ١٩٩٩، ص٢٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الاتصال والإعلام الحديثة, فتعالت الأصوات من داخل وخارج الوطن العربي بعضها يدعو إلى "التفتح على اللغات الأجنبيّة وتجاوز سياسات الإنغلاق بإسم القوميّة العربيّة ومسايرة التقدم والتطوّر الاتّصالي والإعلامي الذي يشهده العالم" مستندين إلى تقرير برنامج الأمم المتّحدة للتنمية لسنة ١٩٩٦ الذي اعتبر أنّ "الإشكالات التي يواجهها العالم العربي مرتبطة ارتباطا وثيقاً بغياب الإصلاحات اللغويّة العميقة التي تتطلبها المرحلة"[١] وقد استشهد مناصرو التفتح على اللّغات الأجنبيّة ببعض الدراسات التي عبّر فيها الناطقون باللّغة العربيّة عن "حبّهم للّغة العربية الفصحى وتعلّقهم بها لأنها لغة القرآن والثقافة والتراث العربي الأصيل إلاّ أنّهم يعتبرونها لغة منغلقة ومنكمشة وغير متفتّحة على العصر وعلى الحداثة"[٢].

هذه الأصوات والدعوات إلى الانفتاح على اللّغات الأجنبيّة قابلها تنديد ومعارضة شديدة من قبل المحافظين الذين يطالبون باحترام قداسة اللّغة العربيّة باعتبارها لغة القرآن الكريم ويرون أن "اللّغة متطوّرة بتطوّر الناطقين بها فإذا تخلّفوا وعزفوا عنها وعن قوانينها بسبب استلابهم بلغة أخرى فذلك يزيد من الهوّة المتّسعة بين اللّغة وأهلها فيحكمون عليها بالجمود وعلى قوانينها بالتخلّف عن مجاراة "تطوّرهم" اللغوي والفكري المستلب بأشكال وأنماط أجنبيّة"[٣] كما ساندت مواثيق الشرف الإعلامي في كل البلدان العربيّة هذا المواقف مشدّدة على ضرورة الحفاظ على اللّغة العربيّة الفصحى واعتمادها في وسائل الإعلام كلغة تخاطب أساسيّة, إذ تنصّ المادّة التاسعة من ميثاق الشرف الإعلامي العربي المعتمد من قبل مجلس وزراء الإعلام العرب أنّه "على الإعلاميّين العرب أن يحافظوا على سلامة اللّغة العربيّة وبلاغتها ويصونونها من مزالق العاميّة والعجمي ويعملون على نشرها بين أبناء الأمّة العربيّة لتحلّ تدريجيّا محلّ اللهجات العامّة وذلك دعما للتفاهم بينهم".

---

(1) www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf

(2) www.alukah.net

(٣) علي محمد الدرويش: أزمة اللّغة والترجمة والهويّة في عصر الآنترنات والفضائيّات والإعلام الموجّه، رايت سوب بليشز، Writescope Publishers ,*2005*,ص ٧٢.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

بقي أن نشير إلى أنّ كل الدراسات والتحاليل تؤكد أن اللّغة بمختلف أنواعها وأصنافها هي في الحقيقة نتاج اختلاط لغوي وحضاري وفكري وثقافي فرضته ظروف (عسكرية / حروب / مبادلات تجارية...) وأن اللّغات هي خليط بين أصوات وألفاظ وكلمات وتراكيب ولهجات وقواعد لغويّة صرفيّة ونحويّة... فأثر الامبراطورية الرومانيّة واضح وجلي في ما يسمّى باللّغات "اللاتينيّة" وأثر وانعكاسات اللّغة العربيّة على اللّغة الاسبانيّة المنطوقة حالياً في كل البلدان الناطقة باللّغة الإسبانية وخاصّة بلدان أمريكا اللاتينيّة بازرة وجليّة.

٢- واقع وسمات اللغة العربية في وسائل الاعلام التقليدية (الصحافة المكتوبة ووسائل الإعلام السمعيّة البصريّة)

١- المشهد الإعلامي العربي:

١ -١ فترة ما قبل ١٩٨٠ م.

١- ١- ١ الصحافة المكتوبة:

تميّزت الصحافة المكتوبة في البلدان العربيّة إلى حدود سنة ١٩٨٠م بالتنوّع والتعدّد على عكس وسائل الإعلام السمعيّة البصريّة ولعبت دوراً أساسيّا وهاما خاصة في بلدان الشرق الأوسط. وقد كانت الصحافة العربيّة بشكل عام تتكوّن في تلك الفترة من صحف حكوميّة وأخرى تصدرها بعض الأحزاب السياسيّة ودوريّات مستقلّة وكذلك مجلات أغلبها أسبوعيّة أو شهريّة إلى جانب بعض الدوريّات الدوليّة مثل صحيفة "الحياة" التي تموّلها المملكة العربيّة السعوديّة ومقرَها لندن وأغلب صحافييها لبنانيّون وصحيفة "الشرق الأوسط" وهي صحيفة سعوديّة ولها نسختها المغربيّة التي تطبع في الدار البيضاء ونذكر كذلك صحيفة "العرب العالميّة", أول صحيفة عربية يومية أسّسها عام ١٩٧٧ في لندن الصحفي والوزير الليبي الراحل أحمد الصالحين الهوني وتوزّع في الدول العربيّة وكذلك الأوروبيّة. وإلى حدود ١٩٨٠ كانت كل الدوريّات التي تؤثث المشهد الإعلامي العربي تصدر في لغة واحدة: العربيّة أو الفرنسيّة أو الإنجليزيّة وقد كانت أغلب الصحف الصادرة في الشرق الأوسط تصدر باللّغة العربية رغم تواصل صدور بعض الدوريّات باللغة الفرنسيّة وكذلك

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

اللغة الأنجليزيّة أمّا في منطقة المغرب العربي فإلى جانب الصحف الصادرة باللّغة العربيّة والتي أغلبها وطنيّة ومحليّة فإن الصحف الصادرة بلغة أجنبيّة كان أغلبها تعتمد اللّغة الفرنسيّة لفترة طويلة أمّا الصحف والمجلات التي تصدر بلغتين مختلفين في نفس العدد فيلاحظ أن محتواها ومواضيعها ومضامينها تختلف باختلاف لغة الصدور على غرار المجلة المغربية "نساء المغرب" التي تصدر كذلك باللّغة الفرنسيّة تحت عنوان Femmes du Maroc وبمضامين مختلفة باختلاف اللّغة. كما أصدرت بعض الجهات السياسيّة صحف في لغات مختلفة مثل "حزب الاستقلال" الذي أصدر صحيفة "العلم" باللغة العربية وصحيفة "الرأي"L'Opinion باللّغة الفرنسية.

٢-١-١ وسائل الإعلام السمعيّة البصريّة:

سخّرت وسائل الإعلام السمعية البصرية الحكوميّة إلى حدود سنوات ٨٠، في كل البلدان العريّة، التي كانت تهمين على معظمها ايديولوجيا القومية العربية، لبناء الدولة. وقد كان المشهد الإعلامي السمعي المرئي في كل بلد يقتصر على إذاعة واحدة وقناة تلفزيونيّة واحدة وهي في أغلبها قنوات موروثة عن النظام الاستعماري الذي كان يحكم البلد قبل الاستقلال.(في مصر "راديو ماركوني" تحوّل إلى "إذاعة القاهرة" وفي المغرب "ردايو المغرب" أصبح "الاذاعة المغربية"...) وتتمثل أهمّ الخصائص اللغويّة في هذه الإذاعات والتلفزيونات في:

- هيمنة اللّغة العربيّة الفصحى على معظم البرامج خاصّة البرامج الإخباريّة.
- وجود بعض البرامج التي تبث باللّغة العاميّة والتي تهتم خاصة بالفنون الشعبية والأغاني والمسرحيّات والمسلسلات...
- ظهور بعض الممارسات اللغويّة التي تمزج اللّغة العربيّة الفصحي باللغات العاميّة واللهجات المحليّة خاصة في البرامج الحواريّة.
- اختصار اعتماد اللّغات الأجنبية على ما يسمى "بشريط الأنباء باللغة الأجنبية" (الفرنسية بالنسبة لدول المغرب والإنجليزية بالنسبة لدول المشرق).
- الغياب الكلّي للغات المحليّة غير العربيّة مثل الأمازيغية في المغرب وتونس ولغة الهدندوه في السودان...

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

وقد لوحظ بداية من سنوات ٨٠ تحوّلات عميقة في اللّغة المستعملة في وسائل الإعلام وظهور لغة هجينة تجمع بين العربيّة والفرنسيّة أو العربيّة والإنجليزية بسبب إنتشار الإعلانات والومضات الإشهاريّة التي تعتمد اللّغات الأجنبيّة خاصّة في مصر خلال سنوات حكم السادات وتبني سياسة "الانفتاح"، التي "أدّت إلى ظهور عدّة برامج وإعلانات انجليزية وبريطانيّة"[1] وعرفت كذلك سنوات ٨٠ هيمنة شبة مطلقة لوسائل الإعلام (صوت العرب، إذاعة القاهرة...) والمسلسلات والأفلام السينمائية المصريّة على المشهد الاعلامي العربي مما ساهم بشكل لافت في انتشار اللهجة المصريّة في كل البلدان العربيّة وجعل منها اللّغة الأكثر فهما من قبل المواطنين العرب. وقد هيمنت في هذه الفترة ٣ إذاعات على المشهد الإعلامي السمعي العربي وهي: إذاعة BBC و إذاعة Monte Carlo وإذاعة Voice of.America هذه الإذاعات الدولية كانت تتمتع بشعبيّة كبيرة لدى الجماهير العربيّة وكانت تبث براجها باللغة العربية الفصحى وتشغّل صحافيّين من كل الدول العربيّة وبالتالي كانت تجمع بين عدة لهجات محلية (تونسية ومصريّة ومغربيّة ولبنانيّة...).

إذا إلى حدود السنوات ٨٠ كانت وسائل الإعلام السمعيّة والبصريّة تحت سيطرة كليّة للحكومات التي أرادت توظيفها لنشر اللّغة العربية والحفاظ عليها من التشوية. هذه الإرادة سرعان ما اصطدمت بواقع الممارسات اللّغوية في هذه الوسائل والتي تعتمد لصياغة مضامينها وخطاباتها لغة منطوقة مختلفة عن اللغة العربية الفصحى وهو ما أدّى إلى ظهور ما يسمّى باللّغة "الوسطى" أو اللغة "الثالثة" أو اللغة "الإعلامية".

وقد لاقى الانتشار الواسع لهذة اللّغة معارضة شديدة من قبل "حماة اللّغة العربية الفصحى" الدّاعين إلى القضاء على اللّغات الأجنبية في وسائل الإعلام "حفاظا على القوميّة العربية". كما تميّزت هذه الفترة بالهيمنة الكبيرة للمضامين الإعلامية والمسلسلات والأفلام السينمائية والموسيقى المصريّة إلاّ أنّه في أواخر السنوات ٨٠

(1) Gully, A:"The Discourse of Arabic Adverstising. Preliminary investigation". Journal of Arabic and Islamic Studies 1, 1996, 1-49

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

لوحظ تقهقر كبير وهام للغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام خاصّة السمعية البصرية وصعود ملفت للانتباه للغة "الوسطى" واللغات العاميّة وكذلك لغات صحفية تجمع بين العربية والفرنسيّة أو العربية والإنجليزية بحسب الدول والمناطق. ففي المغرب على سبيل المثال فقدت الإذاعة والتلفزيون المغربي هيمنتهما على المشهد الاعلامي مع ظهور إذاعة Médi1 الفرنسية المغربية وقناة TVM2 التلفزيونية (أوّل قناة مشفّرة في العالم العربي) وفي لبنان أدّت الحرب الأهلية (١٩٧٥-١٩٩٠) إلى انتشار القنوات الإذاعيّة والتلفزيونيّة الخاصّة والحزبيّة والمذهبيّة على غرار "LBCTV تلفزيون القوّات اللبنانيّة المسيحية التي تحولّت بعد الحرب إلى قناة تلفزيونية تجاريّة" [(١)] .

٣-١-١ تأثيرات وسائل الإعلام على الممارسات اللغوية:

١-٣-١-١ التأثيرات على اللغة المكتوبة:

شكّلت وسائل الإعلام مخبرا لغويا لصناعة ما سمي باللّغة "العربية العصرية العامة" وقد لعبت وسائل الإعلام العربيّة دوراً أساسيّا في بروز هذه اللّغة خاصّة في شكلها المكتوب فقد جاءت في شكل كلمات مركّبة مستوحاة من اللّغات الأوروبيّة ومتأثّرة بالسمات الصوتيّة على مستوى التراكيب والخصائص النحويّة. تميزت هذه اللغة بالتحوّل "من تراكيب تحتوي فعلاً وفاعلاً ومفعولا به إلى تراكيب تشتمل على فاعل وفعل ومفعول به خاصّة في عناوين الصحف" [(٢)] . هذا التحوّل جاء نتيجة التأثيرات اللغويّة الأجنبية وكذلك اللّغة العاميّة. يلاحظ كذلك:

- اللجوء أكثر فأكثر إلى اعتماد المبني للمجهول (تمّ / سيتم غداً توقيع اتفاقية...)

---

(1) Al-Battal, A: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic. London/New York: Curzon Press. 2002, 91-115

(2) Parkinson, D: "Community of Use in Arabic Newspaper Language: The Meaning of the Country". In Reem Bassiouney (ed.), Arabic in the Media: Linguistic Analyses and Applications Leiden: Brill. 2010

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- الاستعمال المكثّف للمقدّر (اعتقال عدد من المشجعين...)
- الاستلهام المتفاقم من اللّغات الأجنبيّة خاصّة الإنجليزية (each other بعضهم البعض) والفرنسية (l'un et l'autre أحدهم والآخر) (a joué un role important لعب دوراً كبيرا...)
- استنباط نمط لغوي إعلامي مكتوب "كما والجدير بالذكر".
- بروز اختلافات لغويّة وطنيّة ومناطقيّة بالأساس على مستوى المفردات والتراكيب والأشكال مثل ("اليد العاملة" في البلدان المغاربيّة و"القوّة العاملة" في دول الشرق الأوسط...).

ساهمت إذن وسائل الإعلام العربيّة انطلاقا من قواعد اللغة العربيّة الفحصى في خلق لغة عصريّة عامّة متناسقة وكذلك منفتحة على المشتقّات اللغوية الوطنية والمناطقيّة. أما اللّغة العاميّة فرغم حضورها المحتشم في هذه الفترة في وسائل الإعلام فإنّها كانت تعتمد أساساً في البرامج والمضامين الفكاهيّة أو مضامين الأعمال الميدانية التي تحتوي شهادات المواطنين والأمثلة الشعبيّة التي يتم نشرها وكذلك من قبل الدوريّات الساخرة التي تعتمد كثيرا الكاريكاتور. كما أثبتت عدّة دراسات أن اللّغة الوسطى كانت معتمدة بقوة في وسائل الإعلام العربيّة وأن الدوريات كانت تلجأ إلى المعاجم لتصحيح الأخطاء اللغويّة التي يقوم بها الصحفيون وأنّ تأثيرات اللّغة المنطوقة واللغات الأجنبية على مضامين ومحتوى الدوريّات واضح وجلي.

٢-٣-١-١ التأثيرات على اللّغة المنطوقة:

ساهمت وسائل الإعلام السمعيّة البصريّة في انتشار ما سمّي باللّغة العربية المنطوقة Educated Spoken Arabic إلى جانب اللّغة العربية الفصحى. ويشمل مفهوم اللّغة العربيّة المنطوقة مجموعة من الممارسات اللغويّة التي تجمع بين اللّغة العربيّة الفصحى والعاميّة. وقد اعتمد هذا النمط اللغوي خاصّة في الاتّصالات الرسميّة. ويرجع نجاح هذه اللّغة في الانتشار السريع إلى أنّ اللّغة العربيّة الفصحى لغة جامدة. ورغم اختلافها من بلد إلى آخر في بعض النقاط باختلاف اللهجة أو العاميّة المعتمدة فإن هذه اللّغة تعترضها بعض العقبات المتشابهة رغم اختلاف أماكن

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

ومواطن استعمالها. تتمثل العقبة الأولى في اختلاف طريقة نطق بعض الحروف من بلد إلى آخر، فحرف الثاء ينطق تاء في المغرب وبالتالي كلمة ثقافة تنطق تقافة واختلاف أصوات بعض الحروف من جهة إلى أخرى على غرار حرف الجيم (ج) الذي ينطق (ڤ) في مصر(جيد/ڤيّد)... واختلاف بعض الكلمات كليّا على مستوى الحروف المكوّنة والتركيبة من دولة إلى أخرى ("بتاع في مصر، "متاع" في تونس،"ديال" في المغرب "حق" في السعودية لها كلها نفس المعنى "التابعة ل").

يستنتج إذن أن تعميم التعليم في كل البلدان العربية لم يساهم في تقوية حضور اللّغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام بما أن اللّغة العاميّة هي التي اجتاحت أكثر فأكثر المشهد الإعلامي في كل الدول العربيّة.

٢-١ فترة ما بعد ١٩٩٠م:

تميز انفتاح المشهد الإعلامي العربي، الذي جاء نتيجة سياسة التحرّر الاقتصادي التي انتهجتها معظم الدول العربيّة والثقل المتزايد للمعلنين ودورهم في النشاط الإعلامي بثلاثة سمات أساسية:

- ظهور القنوات التلفزيونية العربية الفضائية.
- انتشار القنوات الإذاعيّة الخاصة الوطنيّة والمناطقيّة والطائفيّة.
- ظهور انترنت ووسائل الإعلام الالكترونية.

١-٢-١ ظهور القنوات التلفزيونيّة الفضائيّة:

يعتبر ظهور القنوات التلفزيونيّة الفضائيّة BBC Arabic (2008), Rotana (2005), Al hora (2004), Al Arabia (2003), Al Jazeera (1996), Nile Sat (1995), 0RBIT (1994), MBC (1991)أحد أهمّ انعكاسات حرب الخليج الأولى على المشهد الإعلامي العربي ويجسم التنافس الإعلامي الذي ظهر في بداية التسعينات بين بعض الدول (قطر، المملكة العربية السعودية، مصر...) والجهات (أوروبا، دول الخليج، أمريكا...) التي تسعى جاهدة للتموقع على الساحة الإعلاميّة الإقليميّة والدوليّة. وقد نتج عن هذا التنافس صعود صاروخي للطلب في سوق المنتوج الإعلامي المحلي والأجنبي وانتشار البرامج والمضامين الترفيهيّة التي عوّضت

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

البرامج التوعوية والتربوية والتقليدية وكذلك البرامج الحواريّة التي أصبحت تهتم وتناقش مواضيع أكثر جرأه كالعلاقة بين السياسة والدين والخيانة الزوجية والمراهقة والفساد المالي والإداري في بعض الدول...

هذه البرامج الحواريّة "أفرزت ممارسات لغويّة وخطابات إعلاميّة أكثر صراحة وجرأة وتفاعليّة حتى في البرامج الدينية"[1] أما البرامج المستوردة: المسلسلات والإعلانات والمنوّعات... فقد فرضت اللجوء إلى الدبلجة لتسهيل تلقيها وفهمها من قبل المستمعين وخاصة المشاهدين. تمثلت في البداية الدبلجة المعتمدة في تعريب محتويات البرامج الأجنبيّة إلى اللّغة العربيّة الفصحى إلاّ أنّه بمرور الزمن لوحظ أن وسائل الإعلام خاصّة المرئيّة صارت تعتمد الترجمة إلى اللغات العاميّة!!!

على المستوى اللّغوي واصلت القنوات التلفزيونيّة الفضائيّة مهمّة نشر اللّغة العربيّة الفصحى التي عهدت من قبل إلى القنوات التلفزيونيّة الوطنيّة كما رأينا عبر الأخبار التي تهتمّ بشؤون كافّة الدول العربيّة, أمّا بقيّة البرامج فقد انتهجت منهج اعتماد اللهجات العاميّة وكذلك بعض اللهجات الهجينة (خليط من العربيّة مع الفرنسية أو العربية مع الإنجليزيّة) وهكذا أصبحت العاميّة واللّهجات المناطقيّة تسمع في كل الأقطار العربيّة وتكثّف التبادل البرامجي الإعلامي بين الدول العربيّة, "فانتشرت المسلسلات التركيّة المعرّبة باعتماد اللغة السوريّة"[2] التي تبثّها قناة MBC2 وتستوردها أغلب القنوات التلفزيونيّة العربيّة (حريم السلطان...) كما ساهمت القنوات التلفزيونيّة الغنائية خاصّة قناة Rotana Clip في انتشار اللّهجة اللبنانيّة في كل الدول العربيّة على حساب اللّهجة المصريّة التي كانت تهيمن على المشهد الغنائي

(1) Labib, M. « Médias arabes et recomposition de l'offre religieuse: l'exemple de lachaine satellitaire Iqra ». In Khadija Mohsen-Finan (ed.), Les Médias en Méditerranée, (2009), 361-376. Arles: Actes Sud

(2) Salamandra, C: "Television and the Ethnographic Endavor: the Case of Syrian Drama". 2005, Transnational Broadcasting Studies 14, http://www.arabmediasociety.com/countries/index.php?c_article=60

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

العربي. ساهم كذلك ظهور عدة قنوات تلفزيونيّة خاصّة بتمويل خليجي إلى انتشار أكبر للهجات الخليجيّة في كافّة الدول العربيّة.

أدّى إذن ظهور القنوات التلفزيونيّة الفضائيّة وانتشارها إلى اندثار الهيمنة الحكوميّة على المشهد الإعلامي السمعي البصري في معظم الدول العربيّة وتقلّص الوزن الثقافي المصري وانتشار أوسع للهجات الوطنيّة وحتى المناطقيّة فحتى رجال السياسة والمسؤولين الكبار تخلوا في تصريحاتهم الإعلاميّة عن العربيّة الفصحى وأصبحوا يعتمدون العاميّة الوطنيّة وصارت كل الدول تسعى إلى دعم وانتشار لهجاتها المحليّة ومنتوجاتها الثقافيّة ومضامينها الإعلاميّة...

إلاّ أنّ هذا الانتشار الواسع والمكثّف للغات واللهجات العاميّة في كل البلدان العربيّة واكتساحها للمشهد الإعلامي العربي لم يلقى إجماعا من كل المثقّفين والمفكّرين والمسؤولين العرب فالإنقسام وتباين المواقف والآراء حول اللّغة الوسطى أو اللّغة الإعلامية لا زال محل نقاش واختلاف بين الدّاعمين والمعارضين إلى يومنا هذا.

٢-٢-١ انتشار القنوات الإذاعية والتلفزيونية الوطنية الخاصّة:

رغم أنّها استطاعت في زمن وجيز تعويض القنوات الإخباريّة الأجنبيّة وتلبية رغبات وانتظارات الجماهير الإخبارية، فإن القنوات الإذاعيّة والتلفزيونيّة الدوليّة أصبحت تعيش وضعا صعبا جرّاء المنافسة الشديدة المتأتّية من القنوات الوطنية الخاصّة التي أنشأتها ودعّمتها الدول والحكومات. (في مصر برزت إلى الوجود منذ سنة ٢٠٠٠ أكثر من ٢٥ قناة عامّة وخاصّة) واستحوذت البرامج التي تبثّها القنوات الخاصّة الإذاعية والتلفزيونيّة على أكبر نسب المشاهدة والاستماع (في تونس تحتل منذ سنوات قناة "الحوار التونسي" التلفزيونيّة وإذاعة موزاييك ف م Mosaique FM المراتب الأولى في جداول نسب الاستماع والمشاهدة). هذه القنوات الجديدة تعطي مساحة قليلة للأخبار مقابل مساحة كبيرة وهامة للبرامج الترفيهية بشتى أنواعها (رياضية، موسيقي، سينما، مسلسلات...) مما أدى إلى انتشار العاميّة واللّغات الهجينة وحتى اللهجات المناطقيّة على حساب اللغة العربية الفصحى.

هذا التمشي اللّغوي فرضه جمهور وسائل الإعلام, الذي أكدت كل الدراسات،

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

"تفضليه للبرامج الترفيهيّة على الأخبار والعاميّة واللّغة الهجينة على اللّغة العربيّة الفصحى في البرامج الإذاعيّة والتلفزيونيّة لسهولة فهمها وقربها منه وبساطتها..." [(١)]
وقد ذهبت بعض القنوات الإذاعيّة والتلفزيونيّة إلى حدّ بث أخبار بالعاميّة أو بلغة إعلاميّة تجمع بين اللّغة العربيّة ولغة ثانية (الفرنسيّة أو الإنجليزية) أو حتى بلغة أجنبية فقط على غرار قناة LBCI بالنسبة لبعض البرامج, محاولة بذلك خلق "لغة لبنانيّة "مثقّفة" لتعويض اللّغة العربيّة الفصحى" [(٢)] كذلك الشأن بالنسبة للقناة التلفزيونية المصرية OTV التي أسّست سنة ٢٠٠٦ والتي تبث نشرة أخبار بالعاميّة تحت مسمّى "حال الدنيا". وفي المغرب بعد أن كانت اللّغة الفرنسيّة تهيمن على أغلب برامج قناة TV2M حوّلت القناة وجهتها نحو العاميّة التي أصبحت لغة قرابة ٧٠٪ من برامجها وحتى المسلسلات الأجنبيّة المستوردة فقد تمّت "دبلجتها" باللّغة الدارجة على غرار المسلسل المكسيكي " أين أبي" الذي لاقى نجاحاً جماهيرياّ باهراً (قرابة ٥ ملايين مشاهد لكل حلقة). تفتّح المشهد الإعلامي العربي فرضه كذلك هروب الجماهير في الدول العربية إلى القنوات الأجنبية ورغبة الحكومات والدول في استرجاع المشاهدين وبث روح الوطنيّة والانتماء لديهم. ففي المغرب على سبيل المثال شهدت سنة ٢٠٠٦م نشأة ١٠ قنوات إذاعية و٩ أخرى سنة ٢٠٠٩م، بعضها تبث مضامينها باللّغتين العربيّة والفرنسيّة (Med1) وأخرى باللغة العربيّة فقط (Radio Sawa) لكن أغلب هذه القنوات تبث مضامين تخلط بين العاميّة واللّغات الأجنبيّة خاصّة اللغة الفرنسيّة في شكل تراكيب صحفيّة لا تخضع لأبسط قواعد الصرف والنحو. بعض الإذاعات اتّخذت كذلك اللّغات المنطوقة كلغة إعلام وتواصل مع الجماهير مثل اللغة الأمازيغية (الإذاعة الأمازيغية وتمازيغت القناة التلفزيونية) ولا توجد من بين

---

(1) Haroutunian, M. "Arab Broadcast Media Scene Toward Decade End". In Arab Media& Society, http://www.arabmediasociety.com/?article=745, 2009

(2) Al-Battal, A.:. "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local, News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic 91-115. London/New York: Curzon Press, 2002

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياَ أو تداولها تجارياَ)

هذه القنوات قناة واحدة تعتمد لغة وحيدة فكل القنوات تبث برامجها معتمدة عدّة لغات في نفس الوقت وعدّة لهجات: فالأخبار تبث باللّغة العربية الفصحى أما البرامج الترفيهيّة فلغتها خليط بين العربيّة والعاميّة واللغة الفرنسيّة غير أن اللهجة المستعملة تختلف باختلاف جنسيّة القناة باعتبار أن هذه القنوات تعتمد كثيراً إشراك الجماهير في برامجها، هذه الجماهير تتكلّم خليطا من العاميّة واللغة العربية الفصحى واللّغات الأجنبيّة (الفرنسية في بلدان المغرب العربي والانجليزية في مصر وبلدان الخليج).

وسائل الإعلام السمعي البصري تحوّلت إذن, بسبب التطور الكمّي والكيفي الذي يشهده القطاع, إلى مخابر لغويّة تهيمن عليها وتسيّرها قوانين سوق الإعلانات التجاريّة ونسب المشاهدة وكل الممارسات التي تسهّل الوصول إلى المستمع أو المشاهد أي المستهلك أصبحت مباحة حتى اللّغات الهجينة والأجنبيّة والعاميّة وحتى بعض البرامج والمضامين الإعلامية التي لا تزال تبث باللغة العربية الفصحى فقد اجتاحتها الأخطاء اللغوية والتراكيب الركيكة

٣-٢-١ الأخطاء اللّغوية في اللغة الإعلامية:

أثبتت كل الدراسات في جميع الدول العربية أن وسائل الإعلام بشتى أنواعها المكتوبة والسمعية والبصرية والالكترونية تنشر وتبث مضامين مخالفة في معظمها لأدنى قواعد اللّغة العربيّة السليمة و"موضوع الأخطاء اللغويّة الشائعة في وسائل الإعلام لا يزال موضوع الساعة ويفرض نفسه بقوة في عصرنا الحالي ويحتاج إلى الوقوف عنده بجدية لعلاج هذه الظاهرة الخطيرة التي تعيشها لغتنا العربية عبر أجهزة الإعلام فنرى استعمالات مقلقة ومشوّهة للّغة وخروجاً عن قواعدها"[(١)].

إنَ أهم إشكال يعترض استخدام اللّغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام هي التركيبة المعقّدة والمتشعّبة لجماهير وسائل الإعلام واختلافها من وسيلة إلى أخرى وحتّى من فترة زمنيّة إلى أخرى (بالنسبة للإذاعة والتلفزيون: تركيبة جمهور الفترة الصباحية (كبار السن والمتقاعدين...) تختلف عن تركيبة جمهور الفترة المسائيّة أو الليليّة...). والصحف والمجلاّت والإذاعات والقنوات التلفزيونيّة ووسائل الإعلام

---

(١) صليحة خلّوفي: الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية، الجزائر،مختبر الممارسات اللغوية في الجزائرية، جامعة مولود معمي، تيزي وزو، ٢٠١١، ص٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

الإلكترونية تتوجّه إلى جماهير عديدة ومتنوّعة تشمل كل أطياف وطبقات المجتمع وتخاطب الطبيب والمحامي والطالب والعامل البسيط والموظف السامي... هذه التركيبة المتنوّعة وهذه الفسيفساء من الجماهير تجعل وسائل الإعلام مجبرة على إنتاج ونشر وبث مضامين كلماتها وتراكيبها سهلة وبسيطة ومعانيها واضحة حتى تتمكّن جميع الشرائح الجماهيرية من استيعابها وفهم معانيها والخطاب الإعلامي يختلف كذلك باختلاف الوسيلة وخاصّة جماهير الوسيلة فهناك ما يسمى "بالصحف الشعبيّة" الموجّهة إلى جماهير محدودة أو متوسطة التكوين الدراسي والعلمي والثقافي وهناك صحف و"مجلاّت النخبة" التي تستهدف جمهور المتعلمين والمثقفين التي تختلف لغة مضامينها اختلافا جذريا عن النوع الأوّل من الصحف. وحتى تضمن وصول مضامينها وفهمها واستيعابها من قبل جماهيرها تحرص بعض الوسائل الإعلامية على اعتماد لغة بسيطة ومفردات مبسّطة وتراكيب قابلة للفهم من قبل الأغلبية، هذه الممارسات اللغوية التبسيطيّة تحدث في معظم الأوقات تشويها على اللّغة المستعملة وتفرز في بعض الأحيان تراكيب هجينة ومضامين وخطابات مليئة بالأخطاء اللغويّة المتعمّدة وكذلك غير المقصودة. ويري جل الباحثين أن الأخطاء اللغوية في وسائل الإعلام سببها:

- العولمة التي أفرزت لغة إعلاميّة هجينة مشتركة بين المتخاطبين سهلة الفهم من قبل الجميع لكنها لا تخضع لأبسط قواعد اللغة العربية السليمة نحوا وصرفا وتركيبا
- تأثّر الصحافين والإعلامين بلغة محيطهم ومجتمعاتهم التي تحتوي على خروقات لغويّة عديدة ومتنوعة ينقلها الصحافيون والإعلاميون خلال ممارستهم لمهنتم ونشاطهم الإعلامي إلى جماهيرهم.
- تدخل الصحفيين في ميدان الترجمة وعدم حذقهم لتقنياتها ومهاراتها وقواعدها مما يؤدّي إلى مضامين لا تراعي ضرورة توافق المعاني والألفاظ بين اللغة المصدر واللّغة المنقول إليها.
- التكوين اللغوي الضعيف في أغلب الأحيان للصحافيين والإعلاميين.
- واقع اللّغة العربية الفصحى في أغلب الدول العربية وتدنّي مستواها على مستوى التكوين والممارسة نتيجة الغزو الثقافي الأجنبي الذي ما انفكت تدعمه وتسهّله وسائل الاتصال والإعلام الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

هذه الاستنتاجات والأسباب التي تبيّن تدهور مستوى واستعمالات اللّغة العربيّة الفصحى وتفشي الأخطاء اللغوية في وسائل الإعلام تؤكد ضرورة إعادة النظر في آليات التكوين اللغوي في المؤسسات التربوية وكلّيات الإعلام ومراكز ومعاهد تكوين الصحافين والإعلامين والحاجة الماسة إلى مصحّحين لغويّين في قطاع الإعلام يراجعون ويدقّقون المادة الإعلامية لغويّا قبل نشرها وبثها.

أما أهم الأخطاء اللغويّة الشائعة في وسائل الإعلام فهي كما بينتها إحدى الدراسات[1] :

على مستوي الكتابة:

- أخطاء تخص رسم الهمزة: انجاز عوض إنجاز...
- أخطاء نحويّة: علماً أن البعض يشكو عوض علماً أن البعض يشكون...
- أخطاء صرفية: اللاتي عوض اللائي / اللواتي)...
- أخطاء دلالية: يرتاب في العمليّة عوض يرتاب من العمليّة...
- أخطاء مطبعيّة.
- أخطاء قطع الكلمات.
- اعتماد العامية: "الحراقين" عوض المهاجرين غير الشرعيّين...
- الكلمات المعرّبة والدخيلة: اللوجستيكيّة logistic / logistique...

على مستوى النطق:

- أخطاء نحوية: أثبت التاريخْ...
- أخطاء صوتيّة: نطق معيب / عدم احترام الوقفات والسكنات الخاطئة.
- أخطاء الحشو: هناك تنظيمات بدأت تظهر هناك / الان هناك تنظيمات بدأت تظهر.
- الاستعمال المفرط للعاميّة: خمسة بالميّة عوض خمسة بالمائة.
- استعمال الدخيل والمعرّب: الساتل عوض القمر الصناعي...
- الاخطاء الصرفية: هذه المصدر عوض هذا المصدر...
- الاخطاء الدلاليّة: قدرة خارقة على اختراق عوض القدرة على اختراق...

---

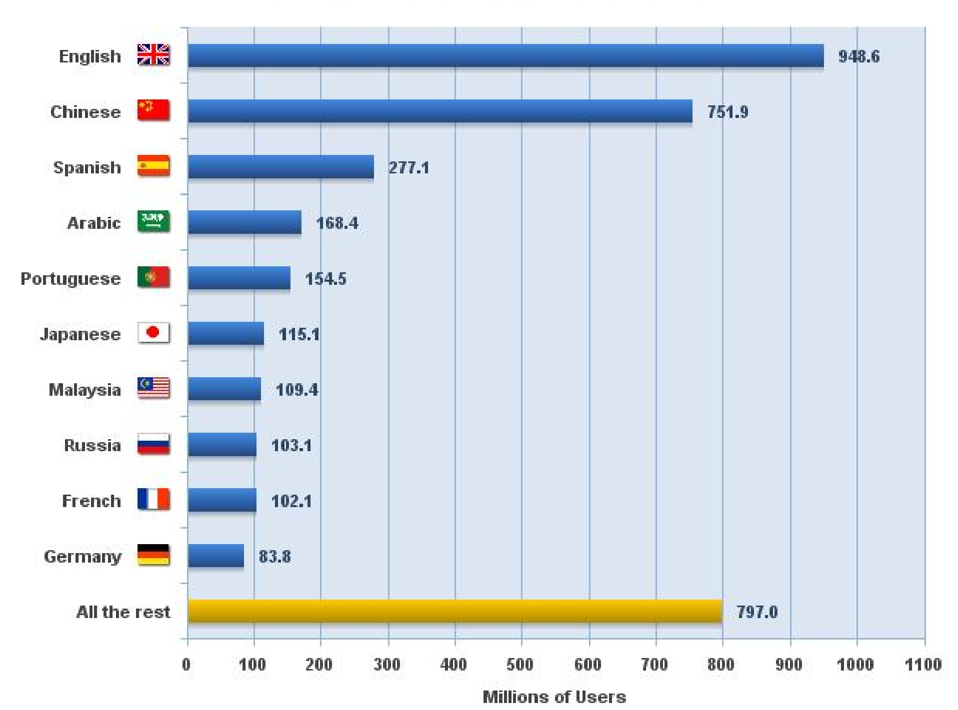
(١) صليحة خلّوفي: الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية، مصدر سابق.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

٢ - وسائل الإعلام الحديثة واللغة العربية:

١- الواقع:

تشير آخر الإحصائيات إلى أنّ اللّغة العربية هي خامس أكثر اللّغات استعمالا وتداولا على إنترنت وأنّها اللّغة الأكثر تقدّما وانتشارا، إذ سجل تواجدها على إنترنت زيادة فاقت ٢٥٠٠٪ [(1)] إلاّ أنّ المضامين التي تبث على إنترنت باللّغة العربيّة لا تتجاوز ١٪ من المضامين المتداولة والمنشورة على الشبكة العنكبوتيّة.



(1) Un coup de jeune pour l'arabe: la langue métissée de l'Internet: Open Edition Books.cpa.hypothèses.org

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياَ أو تداولها تجارياَ)

ويعـود الحـضور المحتـشتم والـضعيف للّغـة العربيّـة علـى انترنـت بالأسـاس إلى معوقات تقنيّـة مرتبطـة بخـصائص اللّغـة العربيّـة وتعقيـداتها علـى مـستوى الحـروف والتراكيب والبنية. فالمبحر على النـات والـذي تعـوّد منـذ ظهـور هـذه الـشبكة علـى استعمال اللّغة الانجليزية في أغلب الأحيان (٨٠٪ من المـضامين علـى آنترنـت تعتمـد اللّغة الإنجليزية) يجد صعوبة كبيرة وحتى في بعض الأحيـان اسـتحالة في التعامـل مـع الحروف العربيّة. هذه الصعوبات لا تخصّ اللّغة العربيّة فقط وإنّمـا كـل اللّغـات غـير اللاتينيّة.

أوّل الصعوبات التي تعيق استعمال اللّغة العربيّة على إنترنت هي طريقـة الكتابـة (من اليمين إلى اليسار) عكس بقيّة أغلب اللّغات الـتي تكتـب مـن اليـسار إلى الـيمن, كما أنّ أشكال الحروف العربيّة تختلف باختلاف موقع الحـرف في الكلمـة والامكانيّـة التي تتيحها اللّغة العربيّة بتحويل حرفين إلى حرف واحد بعد مزجهمـا (لام - ألـف= لا مثلا...) إضافة إلى صـعوبة ترميـز الحـروف العربيّـة لأن المنظومـة المعتمـدة لترميـز الحروف على إنترنت صنعت خصّيصا لترميز الحروف اللاتينيّة فقـط وقـد تمّ إحـداث منظومـة ترميـز جديـدة لبقيّـة اللّغـات إلاّ أنّهـا تلاقـي صـعوبات تقنيّـة جمّـة جعلـت الشركات المصنّعة للتجهيزات الإعلامية والإلكترونيّة تتحاشى اعتمادها وهو ما أعـاق انتشار هذه المنظومة الـتي لاتـزال حكـراً علـى بعـض المؤسّـسات والجهـات والمخـابر البحثيّـة المختـصّة في دراسـة اللّغـات. ولمعالجـة هـذه الـصعوبات والعراقيـل التقنيّـة وتجاوزها تسعى بعض الجهات إلى إيجاد حلول عمليّة في متناول المبحرين علـى النـات ومنتجي المضامين الإعلامية الإلكترونيّة مثل شركة جوجل التي تسعى إلى جعل بعـض خـدماتها متـوفّرة باللّغـة العربيـة علـى غـرار: Google News, Google chrome, Google

traduction, Gmail...وكذلك تـوفير منتجـات خاصّـة بالـدول العربيّـة، نـذكر منهاGoogle Ta3reeb وهي منظومة تقنية تعريبيّة تمكّن المبحر على النـات والـذي لا يمتلك لوحة مفاتيح باللّغة العربيّة من التحرير والكتابة باللّغة العربيّة. أما موقع "أهـلا" الذي تم إنشاءه سنة ٢٠١٠ فقد مكّن ملايين من المبحرين علـى النـات مـن اسـتعمال

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

وحذق الدردشة وتقاسم المعلومات وإرسال وتلقي الرسائل الالكترونية من خلال مشاهدة الفيديوهات التعليمية على يوتوب وفي نفس الإطار تسعى العديد من غرف الدردشة المحدثة إلى تسهيل إنتشار اللّغة العربيّة كلغة تخاطب وتواصل على آنترنت على غرار غرفة الدردشة "إجابات" التي تجلب أكثر من ١٠٠,٠٠٠ مستعمل للنات.

كما يسعي Google وبصفة أقل Yahoo إلى دعم ونشر اللّغة العربية على انترنت فقد أحدثت مواقع بحث تمكّن المبحرين من الحصول على كميّات كبيرة ومتنوعة من المعلومات الدقيقة والمختصّة وشملت هذه المواقع ١٣ دولة إلى حدّ الآن وهي الجزائر، المغرب، مصر، فلسطين، ليبيا، الامارات العربيّة المتّحدة، البحرين، قطر، المملكة العربية السعودية، الاردن، الكويت، لبنان وعمان. كما قام محرك البحث yahoo سنة ٢٠٠٩ بشراء الموقع المشهور Maktoob.com والذي يزوره أكثر من ١٦,٥ مليون شخص.

يلاحظ إذن أنّ اللّغة العربيّة بدأت تتموقع أكثر فأكثر على الشبكة العنكبوتيّة بفضل جهود بعض الشركات ومحرّكات البحث وكذلك بعض المؤسسات والمنظمات العربيّة التي سعت إلى التعريف بالتراث الثقافي العربي وتوزيعه ونشر اللّغة العربية على أوسع نطاق. وقد برز بالخصوص في هذا المجال موقع "الورّاق" الذي "يبذل جهوداً كبيرة لدعم اللّغة العربيّة ونشرها في كل أنحاء العالم وترميزها وترقيمها حتى تكون سهلة المنال والاستعمال عوض التعويل على النسخ الكترونية للمصادر الورقيّة التي تنشر في شكل ملفّات وصور جامدة يصعب اعتمادها واستعمالها وحتى قراءتها في بعض الأحيان"[1]. ويمتلك موقع "الورّاق" مكتبة تتضمّن آلاف الكتب والمراجع وكذلك تسجيلات صوتيّة وفيديوهات وروابط الكترونيّة في كل المجالات الفكرية والثقافية والعلميّة...

٢ - الاستعمالات :

من خلال جولة متمعّنة على مواقع الانترنت والتواصل الاجتماعي وغرف

---

(1) Un coup de jeune pour l'arabe: la langue métissée de l'Internet: Open Edition Books.cpa.hypothèses.org

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الدردشة التي تعتمد اللّغة العربيّة كلغة تخاطب ونشر للمعلومات والأخبار لاحظنا سيطرة تكاد تكون مطلقة وميل جارف وعام لاستعمال العاميّة وعديد اللّغات الهجينة وحتى بعض اللّغات المستنبطة من قبل الشباب بالخصوص والتي تخلط الحروف من عدّة لغات بالأرقام والرموز وقد ساعدت ميزة "القدرة على التخفي" التي توفّرها مواقع التواصل الاجتماعي للقائمين على الاتّصال من القيام بعدّة تشويهات للّغة العربيّة بكلّ جرأة ودون أدنى تحرّج ممّا أنتج لغتي تخاطب وتواصل أساسيّتين اتّفق المختصّون على تسميتها "اللّغة العرنسيّة" وهي مزيج من العربيّة والفرنسيّة ويستعملها سكان بلدان المغرب العربي و"اللّغة العربزيّة" ويتداولها شبّان وشابّات دول المشرق والخليج العربي[1]. هذه اللغات الهجينة مكّنت من كسر الحدود بين المناطق والدول وأتاحت فرص نقاش وتبادل للمعلومات والأفكار والآراء أكبر وأكثر للمبحرين على النات والناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي وكسرت الحواجز بين الخاص والعام لكنها أفرزت في نفس الوقت لغة مشوّهة وتراكيب غريبة وكلمات مستنبطة تكتب بأحرف عربيّة وتنطق بلغة أجنبيّة (كانسل cancel بليز please جود good داكور d'accord كافي café يب Yup ...

التخاطب باعتماد وسائل الاتصال والإعلام الحديثة وعبر الرسائل الخلويّة، أفرز كذلك لغة جديدة وهي "لغة الأرقام" بين الصم والبكم "بوادرها كانت في الإمارات العربيّة المتحدة حيث استطاعت فئة من الصم والبكم إعداد قائمة شبيهة بالقاموس تحمل جملا وكلمات كثيرة لكل كلمة أو جملة فيها رقم معيّن وبالتالي فإنّ تركيب الأرقام يعني كلمات وجملا مفهومة لديهم... فمثلا: رقم ٣٢ يعني "أبي" ورقم ٤٠ يعني "يوم السبت" ورقم ٤٣٢ يعني "مستشفى" والرقم ٥٦٦ "صباح الخير"..."[2].

---

(1) Johnson, A.: "New Media, New Languages Choices: Code-Switching and Arabizi in a Meebo Chatroom". Washington DC: Communication à la Georgetown University Round Table on Language and Linguistics 2010

(٢) وليد إبراهيم الحاج: اللّغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزّعون، ٢٠١٢، عمان، ص٨٦

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

٣- المستقبل:

رغم صعوبة التكهّن بما سيؤول إليه شكلها النهائي، تبدو سمات اللّغة العربيّة المستقبليّة واضحة وملامحها جليّة: اللغة العربية المستقبليّة في وسائل الإعلام الحديثة تختلف عن اللغة العربيّة الأصيلة:

أولا: على مستوى الشكل والتراكيب: اللّغة العربيّة المستقبليّة تعتمد نوعين من الحروف الأبجدية: الحروف العربيّة الأصلية وحروف جديدة مستنبطة تتكوّن من الحروف اللاتينية وكذلك الرموز الموجودة على مفاتيح الأجهزة الإعلاميّة واللوحات والجوّالات وفي بعض الأحيان الأرقام (يرمز رقم ٣ مثلا إلى حرف العاء ورقم ٤ إلى حرف الذال ورقم ٥ إلى حرف الخاء...) وهكذا تصبح كلمة مشغول تكتب msh3'ool وكلمة مظلوم ma6'loom وتمام الحمدللّه Tamam al 7mdllah !!! لغة لا يستطيع فكّ رموزها إلاّ مواكب ومتمكّن.

الاختلاف الثاني بين اللّغة العربيّة الأصلية واللّغة المستقبليّة في وسائل الاعلام الحديثة هو وجود مستويات لغوية متفاوتة في نفس التعابير والخطابات والمضامين والتي ستولّد "لغة وسطى شبيهة بما خلّفة تعريب الإدارة في العهد العبّاسي" [(١)].

(١) M. Doss: Reflexions sur le début de l'écriture dialectale en Egypte, Egypte/ Monde arabe N° 27, ema.revues.org, 1996

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياَ أو تداولها تجارياَ)

الخاتمــة:

في منتصف الطريق بين اللّغة العربيّة الفصحى واللّغة المنطوقة انتصبت اللّغة الإعلاميّة، لغة أفقدت حتما اللّغة العربية الفصحى الأم بعض خصوصيّاتها التركيبية والنحويّة والصرفيّة وكذلك الصوتيّة ولكنّها أضفت عليها في المقابل مسحة شبابيّة. اللّغة الإعلاميّة أدّت ولازالت ستؤدّي إلى ظهور تراكيب ومعاني وصوتيّات وقواعد نحويّة وصرفيّة جديدة وتأثيرات لغويّة خارجية أجنبيّة ومغايرة.

التحوّلات الجوهريّة والعميقة التي شهدتها اللّغة العربيّة, والتي لم يكن بالإمكان تفاديها, انتقدها واستنكرها البعض واقر بضرورتها آخرون وفي الواقع وجب أن نقرّ بأنّ اللّغة ككل النشاطات العلميّة والثقافيّة وككلّ أدوات الأنشطة الاتصاليّة والإعلاميّة متحرّكة ونشطة ولا يمكنها التوقع والاستمرار والديمومة إلاّ من خلال التأقلم مع التغيرات والتحوّلات التي يشهدها محيطها وعالمها. واللّغة العربيّة المستقبلية لا بد لها أن تقبل بقوانين العولمة والتطوّر الإعلامي والتكنولوجي ومواكبة الاكتشافات والتحوّلات وتغيّر الانتظارات والاقتراب أكثر فأكثر من مستعمليها والذين هم بالأساس من فئة الشباب، يمثلون نصف سكّان العالم تقريبا، والذين هم بصدد كتابة مستقبلهم باعتماد آليات وتراكيب وتعابير لغتهم: لغة رقمية مستحدثة وعصرية شئنا ذلك أم أبينا.

من خلال بحثنا هذا حاولنا تحديد ملامح اللّغة العربيّة في ظلّ التطوّرات والتغييرات والتحوّلات العميقة وغير المسبوقة التي يشهدها قطاع الإعلام مضمونا ووسائل وأهدافا فتوصلنا الى واقع وإستنتاجات طرحناها لعلّها تساهم ولو في جزء قليل في صيانة اللّغة العربية ودعمها وإزالة العوائق التي تحول دون إشعاعها وانتشارها من خلال وسائل الإعلام. ولعلّ أهمّ ما توصلنا إليه هو أنّ التطوّر التقني يخدم ولا يمحو القداسة وأنّ اللّغة العربيّة على مستوى التوظيف الإعلامي في مفترق الطرق وبمقدورها تمكين البلدان والشعوب العربيّة من اللحاق بركب الرقي والتقدّم

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

والتطوّر الاتصالي والإعلامي والثقافي والعلمي والاقتصادي... إذا سعت هذه البلدان والشعوب إلى إيجاد حلول تقنيّة وعمليّة وتوعويّة وتثقيفيّة تحمي هذه اللّغة من الشوائب وتجعلها متفتّحة ومواكبة لعصرها ومتطلباته التوافقية، أو أن تكون السبب الرئيسي في تعميق الهوّة الاتصالية والإعلامية والثقافية والعلميّة بينها وبين بقية بلدان العالم من خلال الإصرار على الانكماش والانزواء والعزلة بتعلّة الاختلاف والخصوصيّة.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

المصادر والمراجع

المراجع باللّغة العربيّة:

- محمد الصيرفي: الإعلام، الاسكندريّة، دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩م.
- هادي نعمان الهيتي: في فلسفة اللّغة والإعلام، القاهرة، الدار الثقافيّة للنشر، ٢٠٠٧ م.
- محمد بن عبد العزيز الحيزان: البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، الطبعة الثانية، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنيّة، ٢٠١٤ م.
- حمد سليمان المشوخي: تقنيّات ومناهج البحث العلمي، القاهرة، دار الفكر العربي،٢٠٠٢ م.
- إبراهيم إمام: الإعلام الإسلامي وتكنولجيا الاتصال الجماهيري، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصريّة، ١٩٩٩ م.
- علي محمد الدرويش: أزمة اللّغة والترجمة والهويّة في عصر الآنترنات والفضائيّات والإعلام الموجّه، رايت سوب بيليشز Writescope Publishers ,2005.
- صليحة خلّوفي: الأخطاء اللغوية الشائعة في وسائل الإعلام الجزائرية، الجزائر،مختبر الممارسات اللغوية في الجزائرية، جامعة مولود معمي، تيزي وزو، ٢٠١١م.
- وليد ابراهيم الحاج: اللّغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزّعون، عمان، ٢٠١٢م.

المراجع باللّغات الأجنبيّة:

- Al-Battal, A: "Identity and Language Tensions in Lebanon: The Arabic of Local News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic. London/New York: Curzon Press. 2002, 91- 115
- Gully, A:"The Discourse of Arabic Adverstising. Preliminary investigation". Journal of Arabic and Islamic Studies 1, 1996, 1-49
- Holes, C.: Modern Arabic, Structures, Functions and Varieties. London: Longmann, 1995.
- Haroutunian, M. "Arab Broadcast Media Scene Toward Decade End". In Arab Media& Society, http://www.arabmediasociety.com/?article=745, 2009

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- News at LBCI". In A. Rouchdy (ed.), Language Contact and Language Conflict in Arabic 91-115. London/New York: Curzon Press, 2002
- Johnson, A.: "New Media, New Languages Choices: Code-Switching and Arabizi in a Meebo Chatroom". Washington DC: Communication à la Georgetown University Round Table on Language and Linguistics 2010
- Labib, M. « Médias arabes et recomposition de l'offre religieuse: l'exemple de lachaine satellitaire Iqra ». In Khadija Mohsen-Finan (ed.), Les Médias en Méditerranée, (2009), 361-376. Arles: Actes Sud.
- M. Doss: Reflexions sur le début de l’écriture dialectale en Egypte, Egypte/ Monde arabe N° 27, ema.revues.org, 1996
- Parkinson, D: "Community of Use in Arabic Newspaper Language: The Meaning of the Country". In Reem Bassiouney (ed.), Arabic in the Media: Linguistic Analyses and Applications Leiden: Brill. 2010
- Salamandra, C: "Television and the Ethnographic Endavor: the Case of Syrian Drama" 2005, Transnational Broadcasting Studies 14, http://www.arabmediasociety.com/countries/index.php?c_article=60.
- Un coup de jeune pour l’arabe: la langue métissée de l’Internet: Open Edition Books.cpa.hypothèses.org

مواقع آلكترونيّة:

- www.sebnat.fr/majles.alukah.net/t141552
- www.un.org/ar/esa/hdr/pdf/hdr14.pdf
- www.alukah.net

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الإعلام العربي الجديد
من بلاغة الكلمة إلى ثقافة الصورة

د. نضال محمد فتحي الشمالي

تمهيــد:

غادرنا زمن كان فيه الإعلام يتمثل دور القدوة اللغويّة والموجّه الثقافي، الذي يتخذ من صلاح الأفكار نبراساً، ولا نأسف على ذلك الزمان إلا بالقدر الذي نألم فيه على وضع الكلمة في هذا الزمان. تقول افتتاحية العدد الأول من صحيفة الوقائع المصرية الصادرة عام ١٨٢٨مـ:" الحمد لله باري الأمم، والسلام على سيد العُرب والعجم، أما بعد، فإنّ تحرير الأمور الرافعة مع اجتماع بني آدم المتدبجين في جمعية هذا العالم، ومن ائتلافهم وحركاتهم، وسكونهم ومعاملاتهم، ومعاشراتهم التي حصلت مع احتياج بعضهم بعضا، هي نتيجة الانتباه والتبصّر بالتدبير والإتقان، وإظهار الغيرة العمومية، وسبب فعّال، منه يطلعون على كيفية الزمان والحال"[(١)]، وبعد هذه الافتتاحية بخمسين سنة يقول محرر صحيفة "لسان الحال" في الافتتاحية - وهي دورية لبنانية أسّسها خليل سركيس عام ١٨٧٧م-: "الحمد لله الذي يسبّح بحمده في الغدو والآصال وينطق مفصّحاً بتعداد آلائه، لسان الحال حمداً يدوم آناء الليل وأطراف النهار، ما غرّد قُمريّ أو ترنم هزاز"[(٢)].

ولا أقصد من إيراد هذين المثالين عقد مقارنة بين زمنين، بل إنني لأُجلّ جهود رواد الإعلام عبر خمسين سنة خلت أن خلصّوا لغة الإعلام من انثيال فنون البديع وغلو مجازات البيان وغريب الألفاظ، إلى لغة ذات قوام مرن هُيّئت للإعلام دون سائر العلوم الأخرى. إلا أنّ القاعدة في كل الأحوال أنّك "إذا أردت أن تكتسب لغة ما أو

---

(١) أحمد شفيق الخطيب: اللغة العربية والإعلام (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع ١٢٠، ٢٠١٠) ص ص١١١-١١٨.

(٢) المرجع نفسه.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

أن تجوّدها أو أن تحظى بخواصها، فما عليك إلا أنّ تداوم الاستماع إليها قدر الاستطاعة، فتستقرّ قواعدها وظواهرها الأساسية في الذهن"[١].

إنّ الإعلام مضافاً إليه التعليم يُعدان منبرين أساسيين لرواج اللغة، واللغة سادن الأفكار الأمين، وبها يكون التفكير، ومن خلالها تتنامى الأفكار من جيل إلى جيل. إنها سلسلة مادية من تعاقب السبب والنتيجة، وإن اكتساب اللغة يحدث فقط بسبب التفاعل بين قدراتنا العقلية ومحيطنا الاجتماعي[٢]. وكلما كان نظام هذه اللغة مهيّئاً للمرسِل والمستقبل عبر قنوات التواصل تيسّرت عملية التفكير وتعزّزت المعلومات، إلا أنّ ما نخشاه كل الخشية هو تراجع اللغة في نفوس أبنائها!

واللغة هي داعم أساسيّ في تكوين الهوية؛ لأنها "أضخم عملية فكرية تنموية تنشئ الحضارة وتتمثلها وتعبّر عنها، وهي ذات رصيد حضاري لا حدود له، ولهذا فإنّ نمو لغتنا وازدهارها وقيامها بدورها الفكري هو معلم من معالم حياتنا المعاصرة، وطريق أساسيّ من طرق بناء المستقبل"[٣].

إن اللغة نبض حياتي خاضع للتطور والارتقاء والمرونة. وتقدمها أو تأخرها رهنٌ بمدى استعمالها في المجتمع، "فهي من ناحية تنمو وتبلغ أوج نضجها وعنفوانها، إذا لم يُقصِها المجتمع من الاستعمال في أيّ من قطاعاته وأنشطته، وهي من ناحية أخرى تتعطل في مسيرة نموها وتطورها ونضجها إذا وقع إقصاؤها جزئياً من الاستعمال في المجتمع، وهي في حالة ثالثة تتعرض إلى الموت الفعلي إذا حرمها المجتمع بالكامل من دنيا الاستعمال"[٤]، فالهوية تترجم باللغة واللغة تترجم بالعقل.

---

(١) كمال بشر: اللغة العربية والإعلام المنطوق(مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع١١٩، مايو، ٢٠١٠)ص ص ٢١٩-٢٣١.

(٢) للمزيد انظر: علي القاسمي: لغة الطفل العربي (بيروت، مكتبة لبنان ناشرون، ٢٠٠٩) فصل "الطفل واكتساب اللغة".

(٣) حافظ إسماعيل علوي: نحن واللسانيات، بحث ضمن كتاب "اللسان العربي وإشكالية التلقي" (سلسلة كتب المستقبل العربي، رقم ٥٥، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ٢٠٠٧).

(٤) علي عواض: اللغة العربية والإعلام – تعدد الاستخدام بين المطبوع والمرئي (مجلة شؤون اجتماعية، مجلد ٢٧، عدد ١٠٦، صيف ٢٠١٠)ص ص ٧- ١٢٥.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

وقد حافظت العربية طوال سبعة عشر قرناً خلت على أنظمتها الصوتية والصرفيّة والنحوية، وسمحت لنظامها الدلالي بالتطور لمواكبة المتغيرات "بينما يشهد العلم في اللسانيات التاريخية أن الأربعة قرون كانت فيما مضى هي الحدّ الأقصى الذي يبدأ بعده التغير التدريجي لمكونات المنظومة اللغوية"[1]. إلا أنّ هذا الرسوخ في تاريخ العربية لم يشفع لها الظهور الذي تستحقه في وسائل الإعلام العربية اليوم، وأنا لا أقصد أن تحافظ وسائل الإعلام في طرحها على توظيف العربية في طاقتها المتقدمة ورونقها الأخاذ - كما عرفناها في كتب التراث - بل أن تعدّ اللغة ضمن مستوى مرن من مستويات الفصحى يناسب حركية الإعلام وتسارعه.

"إن أهمّ شروط النجاح في اللحاق بركب الحضارة المعاصرة رهن بنجاحنا في تأهيل لغتنا العربية للتعامل مع التقدم المذهل في الاتصالات... لقد تلاحمت اللغة مع تكنولوجيا المعلومات تلاحماً شديداً يزداد يوماً بعد يوم، ولذا فإن قدرة مجتمعاتنا العربية على اللحاق بركب هذه الثورة المعرفية التكنولوجية، تتوقف بصورة أساسية على نجاحنا في تأهيل هذه اللغة العظيمة لهذه المواجهة الحضارية الحاسمة"[2]، والإعلام في محصلته تمثيل يتمّ داخل كيان اللغة وطريقتها وأسلوبها، مما يعني أن هناك تناسباً طردياً بين الحضارة والتقدم من جهة، واللغة من جهة أخرى. وفي الوقت الذي تتنازل فيه وسائل الإعلام - بسبب توغل العاميات والخلط بين اللغات- عن شروط اللياقة اللغوية فإنها من حيث قصدت ولم تقصد تفقد خيوط التواصل مع جمهورها رويداً رويداً، لأنها حجّمت اللغة وخصّصتها فتناقص الجمهور القادر على التواصل بها، ولا يجوز بأي حال من الأحوال تقويض اللغة من أجل التكنولوجيا، فاللغة معادل للذات ولا يجوز أن تهمّش الذات أو تشوّه.

تنبعث الفصحى من مقومات حضارية وفكرية أنتجها أقوامها، فلكل مدّ لغوي سياق تاريخي ومنبع فكري خاص به يتموضع من خلال ضابطة له، ليمثل قاسماً مشتركاً للأمة الواحدة، ومعبراً عنها. ومن هنا تعد العربية حاضناً شرعياً لفكرنا

(١) المرجع نفسه.

(٢) المرجع نفسه.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

واجتهادنا، بل إنها الأداة الأوحد للتعبير عن خواصنا وهويتنا.

والمستعين بهذه اللغة سيغدو متمتعاً بكثير من خصائصها وسماتها، إذ تقدم طواعية ومرونة ودقة في الاستعمال تعزز الوضوح في وسيلة الاتصال بين المرسل والمستقبل، وفي المقابل، فإن الخروج على قواعدها المتنوعة إنما هو إرباك لأبنيتها المحكمة، " ومن الأكيد أن الصحفي الذي يكون زاده اللغوي ضحلاً سينتج – بلا ريب – نصوصاً مشوهة، تنقصها الصلابة والدقة وقوة التعبير، وقد نعيب لغتنا والعيب فينا" [1]، وعلى ما يبدو أن الخطاب الإعلامي المعاصر لما يستفد من هذه المقدّرات وعلو المكانة.

اللغة الإعلامية بوصفها نظاما:

ما الحاجة الداعية إلى تأسيس مستوى لغوي جديد يخصّ الإعلام يمكن أن نطلق عليه اللغة الإعلامية ؟ بداية لابد من الإشارة إلى أن تعدد مستويات التواصل في اللغة الواحدة أمرٌ تلقائيٌ لابد منه، فلكل مقام مقال، فلا عجب أن تكون هناك لغة إعلامية وأخرى اقتصادية وثالثة سياسية ورابعة قانونية وهكذا، نابعة من أعراف وقوانين اللغة الأم، بل إن ذلك يدعم فرضية "حضارة اللغة"، وتعني "بأنه ثمة حضارة معينة هي حضارتنا الإنسانية يرتبط وجودها ارتباطاً قوياً باللغة، بحيث يمكن القول إنه لولا وجود اللغة لما قامت هذه الحضارة أو لظهرت حضارة أخرى من نوع مختلف عن حضارتنا المعروفة....ومن هنا تختلف الثروة اللفظية من عصر إلى آخر، بل في اللغة الواحدة تختلف هذه الثروة اللفظية من عصر إلى آخر بالنسبة لحياة اللغة نفسها – ذلك أنه بقدر ما تزيد حاجيات المجتمع وتُثري معانيه يزيد عدد هذه المجموعات الصوتية حتى تكون متجاوبة تماماً مع هذه المعاني وتلك الحاجيات " [2]. إن اللغة هي في الأساس وسيلة تواصل فاعلة والموضوع الذي نتحدث فيه يفرض علينا مفردات محددة، والجمهور المتلقي يفرض علينا شكلاً من أشكال السهولة أو الصعوبة والعصر الذي نعيشه يفرض علينا كيفية هذا التواصل، فاللغة داخل هذا الإطار " ظاهرة

---

(١) المرجع نفسه، ص٥٨.

(٢) عبد العزيز شرف: علم الإعلام اللغو ي، ط١ (بيروت، مكتبة لبنان،٢٠٠٠) ١٢٤-١٢٥.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

اجتماعية وضرورة من ضرورات كل مجتمع لأنها أهم وسيلة يلجأ إليها ليتمّ التفاهم بين الأفراد فيما يتصل بحياتهم اليومية والاجتماعية والأدبية والفنية"[(١)].

ومن هنا، ومع نشأة الصحافة في الوطن العربي أبان عصر النهضة الحديث في بدايات القرن التاسع عشر في مصر، كان لابد من التعامل مع العربية الفصحى لتوليد لغة جديدة أو مستوى لغوي جديد يتناسب مع جمهور الصحافة متعدد الثقافات، فخطاب الصحافة هو خطاب للعامة لا خطاب للنخبة، ومما ساعد ذلك شعور عدد كبير من مفكري عصر النهضة بصعوبة التواصل من خلال العربية الفصحى فعلياً[(٢)]، وهذا عائد إما مسايرةً للدعوات التغريبية أو من أجل التباعد الكبير الذي نشأ بين الفصحى واللهجات، وإما تمثيلاً " للنحاة الجدد " أو المحدثين العرب الذين تجاوزا البحث اللغوي القديم في الأنساب اللغوية إلى إيجاد القوانين المتحكمة في متغيرات اللغة[(٣)]. وقد انقسم الاهتمام بالمسألة اللغوية آنذاك إلى اتجاهين[(٤)]؛ اتجاه يدافع عن العربية الفصحى ويهاجم دعاة العامية، وآخر يدعو صراحة إلى إحلال الدارجة محل الفصحى، بينما يحاول تيار توفيقي ثالث استنباط الحلول التوفيقية وتركيزها. ولكننا لا يمكننا بالضبط تحديد تاريخ لنشأة هذه اللغة الوسيطة التي يسعى الإعلام لتأسيسها من الفصحى نفسها، بل ويصعب علينا ذلك، إذ تبقى المتغيرات اللاحقة باللغة من جراء الاستعمال قوية تحجب عنا نقطة البدء التي صدرت عنها[(٥)].

فاللسان الواحد متعددُ الدرجات صعوداً وهبوطاً ولنا أنْ نتأمل لهجاتِ التواصل اليومية، ثم المعاملات الرسمية، فالتصريحات المرتجلة ولغات العلوم والإخبار والنقد والأدب. إنه سلّم متصاعد لمستويات متعددة. من هنا كان لابد من ظهور مستوى

---

(١) المرجع نفسه، ص ١٢٤.

(٢) نفوسه زكريا سعيد: تاريخ الدعوة إلى العامية وأثرها في مصر (القاهرة، دار المعارف١٩٦٤).

(٣) لمزيد من التوضيح حول ذلك راجع: نسيم الخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مرجع سابق، ص١٥٦-.١٥٧.

(٤) المرجع نفسه، ص ١٥٦.

(٥) للمزيد انظر: جوزف فندريس: اللغة، ت: عبد الحميد الدواخلي ومحمد القصاص (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية١٩٥٠).

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

لغوي جديد يمكن أن نسميه اللغة الإعلامية ضمن هدف التواصل دون لبس، واللغة الإعلامية ضمن هذا النطق ذات هدف وظيفي لا هدف جمالي و"التوصيل الفكري في اللغة الوظيفية، يأتي قبل أي هدف آخر"[1]. فاللغة الإعلامية في هذا السياق هي "لون من ألوان اللغات الوظيفية، يتدرج في " وظيفيته" إلى الحد الأقصى فيما يعرف بلغة الأخبار"[2]، وهي لغة ليست بتعقيد الفصحى وسموّها وعلو شأنها ولا بدنو العامية وانزياحاتها المتكررة المحصورة بإقليم دون آخر.

إن هذه اللغة الإعلامية أو ما يسمى "بالفصحى المبّسطة" أو "العامية المفصّحة" أو" الأدب العاجل " أو " اللغة الثالثة "، قد بدأ النزوع إليها على يد الأدباء أولاً في أعمالهم الأدبية؛ كتوفيق الحكيم في مسرحيته (الورطة) ١٩٦٤م، إذ كانت لغته أقرب إلى الدارجة منها إلى اللغة الوسطى بين الفصحى والعامية.

وأثناء مثل هذه المحاولات وغيرها على صعيد الأدب المتبنى آنذاك من قبل صحافة عصر النهضة كان لابد من التوسط بين الفصحى والعامية في لغة التخاطب مع الجمهور، فمالت هذه اللغة إلى التبسيط الشديد، وهذا يظهر قصداً عند تعريف الكتابة الإذاعية كمثال على جنس إعلامي شائع، حيث يعرف معجم مصطلحات الإعلام[3] الكتابة الإذاعية بأنها: "الكتابة باللغة التي يستعملها الناس عادة، والتي تتميز بالإيجاز والوضوح، لإثارة اهتمام عامة الناس". وأمر الوضوح والبساطة لا يمثل في مجمله تعدياً على صلاحيات الفصحى ومقدّراتها، فلغة الإعلام "على الرغم من خصوصيتها وتميزها عن أنواع النثر اليومي، إلا أن وسطيتها – أي موقعها بين النثر العلمي والأدبي ولغة الحديث اليومي – تمنحها قوة الاستخدام، وحسن التبليغ، وشساعة الانتشار وطول الملازمة "[4].

---

(١) حداد، نبيل: اللغة في وسائل الاتصال، مقاربة في السمات والتحديات، ط١(أعمال المؤتمر الدولي الثاني للنقد الأدبي، القاهرة، ٢٠٠٣) ص٤٧.

(٢) المرجع نفسه.

(٣) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط١، (بيروت دار الكتاب اللبناني، ١٩٨٥) ص ١٧٠.

(٤) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية في وسائل الإعلام، مرجع سابق، ص٤٤.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

وقد دفع ظهور هذه اللغة الوسيطة بعض الكتاب إلى إعادة تصنيف أنواع النثر وتقسيمها إلى "النثر العادي، النثر العلمي، النثر الفني، النثر العملي (الصحفي)، والحاجة إلى لغة بمثل هذه السمات دفع بشكل مباشر أدباء الصحافة إلى ابتكارها وتأسيسها ووضع شروطها: "على الأسلوب الصحفي أن يتخذ شكلاً سهلاً، يقترب من الأسلوب الدارج. وعلى الصحافة أن تقدم الأحداث اليومية ببساطة ووضوح وواقعية، مبتعدة عن الاستعارات والكنايات والتشبيهات والألفاظ الزائدة، وعن كل تعقيد، حتى يسهل على جميع القراء فهم محتواها، على الرغم من تفاوت مستوياتهم الثقافية"[1]، إلا أنّ مسألة الوضوح والتبسيط قد أوقعت اللغة الإعلامية بخلاف ممتد مع اللغويين، ويبدو أن الخوف من تدني مواصفات اللغة الفصحى إثر الإكثار من توظيفها، ومن ثم الوقوع في الأخطاء، قد حتّم على القائمين على وسائل الإعلام أن يفلسفوا لغة بمواصفات يمكن أن تتماشى مع شروط العمل الإعلامي.

تخضع اللغة الإعلامية لطائفة من المحددات هي[2]:

١) السرعة: وهي السمة التي باتت تضبط إيقاع الحياة بحركة متسارعة انعكست على أوجه الوجود الإنساني المختلفة، وتمارس مقتضيات السرعة دورها على الصحافة المطبوعة والمسموعة والمرئية على ما يعرف بعامل المساحة.

٢) المساحة: وهو عامل اقتصادي حاسم فحذف كلمة فائضة من أي نص تحريري من شأنه أن يوفر على المؤسسة الكثير، وقد اقترن تعبير ضغط الجمل والتخلّص من العبارات الفائضة في اللغة الإنجليزية بدلالة اقتصادية saving words وأصبحت عملية توفير الكلمات عنصراً أساسياً، بل المهمة الأولى في فن التحرير.

٣) العزل والانتقاء: وهذا عامل رهن لسياسة المؤسسة الإعلامية. ويتخذ هذا المبدأ تجليات خاصة في لغة الصحافة، ومن المعروف أن هذا المبدأ هو أحد الأسس التي تقوم عليها عملية الإبداع الفني أو الإنشاء الأدبي،... فإظهار بعض الحقيقة

---

(١) عبد العزيز الغنّام: مدخل في علم الصحافة (بيروت، دار النجاح،١٩٧٤) ١/ ١٦٠.

(٢) نبيل حداد: في الكتابة الصحفية (اربد، دار الكندي،٢٠٠٢) ص٤٣-٤٥.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

ينطوي على انحياز، وهو اللفظ الأقرب إلى نقيض الموضوعية.

وهذه المحددات التي ورد ذكرها آنفاً سيّرت لغة الإعلام باتجاه سمات تميزها عن باقي المستويات اللغوية، وهي سمات مجبولة بمحددات صارمة قوامها الوضوح والقصد والمباشرة، فالإعلاميون يشترطون في اللغة الإعلامية: "الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراق"[1] . واللغة الإعلامية تعبير وظيفي بالدرجة الأولى هدفها الاتصال بالناس وبـ"الفكر والإدراك والنشاط الحركي والشخصية الإنسانية بشكل عام"[2]، لتلبي بذلك الحاجات التي أنيطت بها.

أما البنية اللغوية المبسّطة للغة الإعلامية، فقد حرصت اللغة الإعلامية خلال فترة نضجها على أن تتحرر من بعض القيود اللغوية، وهذا ما حفّز بعض الباحثين[3] على الوقوف عند بعض هذه التحررات من مثل:

- الاستغناء عن الكلمات الزائدة، كأدوات التعريف، والصفات، وظروف المكان والزمان وأحرف الإضافة وحروف الربط التي لا ضرورة لها.
- استخدام الألفاظ المعرّبة الأكثر استعمالاً من الألفاظ العربية.
- تطابق بنائها مع أبنية الفصحى.
- محدودية القوى البيانية والمجازية التي تحملها.
- أسلوبها تقريري مباشر.
- توظيف قاموس محدود من المفردات متعارف عليه من قبل المتلقين.
- الابتعاد عن الألفاظ الغريبة والوعرة.
- التساهل في توظيف المفردات العامية أو الأجنبية إن كانت شائعة فغاية

---

(١) شرف، عبد العزيز: الإعلام ولغة الحضارة، ١٩٧٤، مجلة اللسان العربي (١)، مجلد١١، الرباط، ص ٣٦٠.

(٢) ريشل: مارك، اكتساب اللغة، ت: كمال بكداش، ١٩٨٤، بيروت، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، ص٨.

(٣) زغل، محمد فاتح صالح، الخطاب الأدبي في البث التلفزيوني العربي، ٢٠٠٤، بيروت دار البارودي،ط ١ ص١٠٩-١١٠، ومحمد عبد المطلب البكاء، لغة الإعلام، ص١١٥-١١٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

التواصل أبلغ من أسلوب التواصل.

- جملها قصيرة يسيرة الفهم والاحتواء.
- قوالبها اللغوية ثابتة ثبات الجنس الصحفي نفسه.

هذا، وقد أفلحت اللغة الإعلامية من تحديد قاموس لغوي يخصّها عنوانه التبسيط والشيوع والانتشار، ومن التخاطب مع مختلف طبقات المتعلمين وحتى غير المتعلمين. ومن خلال ذلك حققت هذه اللغة غايتها التواصلية بالسرعة المطلوبة والمساحة المعقولة، وقد أسّست هذه اللغة لنفسها منزلة تفضل العامية وتقل عن الفصحى، فلا هي اللغة المعقّدة بفصاحتها ومقاييسها وأبنيتها، ولا هي العامية المتحللة من القيود بعيداً عن أي مقياس، فاستطاعت أن تحقق انتشاراً واسعاً نشر الحرف العربي إلى آفاق بعيدة، حتى أنها أصبحت بديلة عن الفصحى في دور التعليم والثقافة والمحافل السياسية.

اللغة الإعلامية بوصفها سلطة:

باتت لغة الإعلام تحمل بين طيّاتها خطاباً مؤسساتيا، سيمياؤه الوضوح والسهولة، مما دفع بأديب مروة[1] للإشادة بفضل الخطاب المؤسساتي للصحافة على اللغة العربية، إذ يرى أن شيوع الأسلوب السهل المشرق الذي وصلنا إليه اليوم في الكتابة بالعربية، لا يعود الفضل فيه لمعلمي اللغة في المدارس والكليات، ولا يعود الفضل فيه إلى الكتّاب والأدباء القدامى، بل الفضل الأول في هذا الأسلوب يعود إلى صحافة اليوم، وذلك لأن لها الفضل في تطويع اللغة وجعلها مرنة تفي بمتطلبات العصرية – والكلام لأديب مروة- وتستوعب التطورات العظيمة التي صاحبت النهضة في ميادين الحياة المختلفة، فقد أشاعت ألفاظاً، واستحدثت أخرى، وابتكرت مصطلحات، ووسّعت من آفاق اللغة، وطورت أساليبها في العلوم والفنون، والاجتماع والسياسة.

وهذه الملامح والحيثيات والنتائج التي أفرزتها اللغة الإعلامية فيما سبق هي

---

(١) مروة، أديب: الصحافة العربية نشأتها وتطورها، ١٩٦١، بيروت، دار مكتبة الحياة، ط١، ص٤٤١.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

نتاج قانون السلطة، بمعنى أنها كامنة في حال السلطة وممارستها وارتباطها بالآخر. وعندما تقوم القوة مع الآخر تصبح سلطة، وعندها ينتج الرفض والخضوع والإخضاع بمعنى السيطرة. وتتجلى قوة السلطة مصدراً للإحساس والتقويم منذ أن تتكون أو تظهر، وهي إذ تلتمس الاتصال بالآخر يتولد منها عالم من اللغة والمؤسسات [١] . إنّ القوة ضمن ما سبق ليست بالمعنى الاعتدائي السلبي بل هي كما أوضحها بالاندييه " قدرة التأثير فعلياً على الأشخاص والأمور، بالتماس مجموعة من الوسائل التي تتحرك بين الإكراه والإقناع، وتتحول فتغدو إمكانية متاحة لأحدهم داخل علاقة ما، تسمح له بتوجيه الأمور حسب مشيئته" [٢] ، وهذا التوضيح يمنطق المسألة السلطوية من إطار العنف إلى إطار الإقناع والحيلة والممارسة.

ونظرة فاحصة على واقع الخطاب الإعلامي المعاصر ستكشف لنا أن "للإعلام" لغة " اتت الآن تفرض حضورها في مختلف المحافل والميادين، بل إن هذه اللغة أصبحت الأداة الرئيسية للتعبير من حيث الكم، ومن هذا "الحيّز" أيضاً، فقد أصبحت أوسع الأواني التي تضم الإنجازات الفكرية والتكنولوجية المعاصرة. ولما أضحت وسائل الإعلام هي الوسيلة الأهم بين وسائل نشر المعرفة الإنسانية، فقد أضحت لغة الإعلام بمرونتها، الأداة الأولى للتثقيف والتعليم غير المؤسسي. ومن أجل ذلك لا نبالغ إذا قلنا إن الإعلام، بفضل لغته بات أهم وسائلنا القولية على الإطلاق" [٣] ، والأمر فيما بات ظاهراً ما عاد يقف عند حد التكهن، بل إن المنظمة العربية للثقافة والعلوم (ايسيسكو) [٤] حذرت من تفاقم سلطة الإعلام بلغته المنتشرة التي لا تحتكم إلى قيود محددة إذ تصرح بأن العربية لم تعرف عبر تاريخها الطويل ما تعرفه اليوم من سرعة في النمو، واندفاع التطور ومسايرة المتغيرات، بحكم

(١) نسيم الخوري: الإعلام العربي وانهيار السلطات اللغوية، مرجع سابق، ص١٠٧.

(٢) جورج بالاندييه: الانتروبولوجيا السياسية، ت: جورج أبي صالح (بيروت، منشورات مركز الإنماء القومي١٩٨٦)، ص٣٧.

(٣) نبيل حداد: اللغة في وسائل الاتصال مقاربة في السمات والتحديات، مرجع سابق، ص ٤٨-٤٩.

(4) www.isesco.org.ma/pub/ARABIC/avarabe/P1.htm

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

عوامل كثيرة ونتيجة لأسباب متعددة، أقواها، النفوذ الواسع الذي تمتلكه وتمارسه وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية، والذي يبلغ الدرجة العليا في التأثير على المجتمع، في قيمه ومبادئه، وفي نظمه وسلوكياته، وفي ثقافته ولغته، وعلى النحو الذي يفقد بعض المجتمعات هويتها الحضارية، وينال من خصوصيتها الثقافية، وفي المقدمة منها الخصوصية اللغوية. إن العلاقة بين اللغة والإعلام لا تسير دائماً في خطوط متوازية، فالطرفان لا يتبادلان التأثير، نظراً إلى انعدام التكافؤ بينهما، لأن الإعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك لن يكون تأثيره في اللغة بالغاً الدرجة التي تضعف الخصائص المميزة للغة، وتلحق بها أضراراً تصل حد التشوهات التي تفسد جماله.

إن مثل هذه المخاوف تعود إلى الحضور الشديد لوسائل الإعلام المختلفة في حياة الناس من صحافة وفضائيات وإذاعات ووسائل عاجلة، والبعض اعتمد هذه الوسائل كمرجعيات ثقافية لغوية ينهل على حساب المقروء المغيّب. والمعلومات يعاد تشكيلها عن طريق تقييد تصور محدد للواقع، فيفكر المتلقي وينطق ضمن الكيفية التي ارتضاها له الإعلام المسيطر [1] ببلاغته الإلكترونية التي عزّزت وضاعفت من بلاغة الصور المرئية والتقليدية المدعمة بمؤثرات متعددة تتوسل حواس الإنسان وغرائزه وتسيطر عليها.

اللغة الإعلامية بوصفها انحرافاً:

إن انطلاق لغة الإعلام بسلطة لا تحدّها إلا سلطة مماثلة بات يشكل تهديداً لسلطة العربية الرافدة لعربية الإعلام، والمشكلة لا تكمن تماماً في تفرد الخطاب الإعلامي بلغة خاصة ذات شروط خاصة بقدر ما هي كامنة في انحلال لغة الإعلام المعاصر من شروط العربية الفصحى وشيوعها رغم هذا الانحلال، بل وسيطرتها على لغة عموم المتلقين، فما عادت غايتها تواصلية بل تخللتها قيم الانحراف والانزياح والخداع والتضليل والغموض وذكر أنصاف الحقائق، والتضخيم والتعتيم.... إلخ.

وأول مظاهر هذا الانحراف الانقلاب على الفصحى والتشكيك بأهليتها لخوض

(١) محمد زغل: الخطاب الأدبي في البث التلفزيوني العربي، مرجع سابق، ص٨٥.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

المعترك الإعلامي، فهي لغة صعبة مقصورة على الواجبات الدينية، بل يغالي بعض الإعلاميين[1]

من مواقفهم فيرون أن العربية الفصحى لغة ميتة تدفعنا إلى الفخر في استعمال اللغة الميسرة، فلا وجود للفصحى أساساً في قواميسنا الإذاعية... لقد تم إجهاضها منذ وقت. ويؤكد بعض الدارسين[2] بأننا لا نملك إلا أن نعترف بأن الفصحى منيت بخسائر متلاحقة منذ دخول التلفاز إلى المنطقة العربية في الخمسينات.. وأن الصراع بين الفصحى والعامية سيختصره التلفاز وعلى شاشته الصغيرة ذات الفعل الكبير يتقرر مصير اللغة وشكلها، والمسارات المستقبلية التي ستتخذها لتواكب العصر وعلومه ومخترعاته وتقنياته المعقدة، ومن جملة هذه الخسائر[3]:

- التوسع في الاشتقاق، دون مراعاة الضوابط اللغوية في هذا الميدان.
- ظهور تعبيرات وألفاظ خاصة في الصحف بدعوى أنها أخف وقعاً على مسامع القراء على الرغم من وجود ألفاظ عربية صحيحة تؤدي المعنى المراد.
- استعمال كلمات عربية الأصل إلا أنها غير موفقة في الدلالة على المعنى المقصود.
- الاستهانة بقواعد النحو.
- الكتابة بأساليب جديدة هي تقليد للأسلوب الأجنبي.
- فسح المجال لانتشار كثير من المصطلحات الأجنبية على الرغم من وجود ما يقابلها في اللغة العربية.
- استخدام لغة ملتوية أو مرتخية وذلك بإفراغ المعاني من محتوياتها.
- تكريس الأخطاء الشائعة وعدم الأخذ بالصواب بدعوى أن الخطأ المشهور خير من الصواب المهجور.
- التوسع الدلالي وتحميل الألفاظ معانيَ جديدةً لم تكن تدل عليه من قبل.

أما أحلك مظاهر هذا التحول فهو النزوح الإعلامي نحو العامية علماً بأن

---

(١) للمزيد، نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص٢٥٤.

(٢) محمد زغل: الخطاب الأدبي، مرجع سابق، ص١٠٦.

(٣) محمد عبد المطلب البكاء: لغة الإعلام، مرجع سابق، ص ١١٨-١٢٠.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

"العامية من الناحية الاتصالية قد تؤدي دوراً محدوداً جداً، لا يتجاوز وظيفتها الخاصة بالفهم في حدود المنطقة التي تلهج بها، بيد أنه يتقلص دورها كلما ابتعدنا عن موطن اللهجة، وحتى محاولات فهمها تظل صعبة المنال، في حين إذا تعلق الأمر بالعربية الفصحى، فالقواميس التي وجدت لهذا الغرض، يمكن أن تقدم خدمات جليلة لمن يريد فهمها أو التعمق فيها"[1]، وسر هذا التحالف بين لغة الإعلام والعامية كامن في التسريع والتواصل والاستحواذ مهما كانت الوسيلة، بل إن الفصحى غدت في نظر بعض وسائل الإعلام تعوق التمدن والرقي فدعت إلى اعتماد العامية؛ "لأنها سهلة منتشرة في الوطن العربي ، وقد تخطّى الأمر اعتماد اللهجات صيغة كلامية تختلف باختلاف الشعوب والتوجهات والمستويات الثقافية إلى اعتبارها لغة بوصفها الجانب الحي منها، فلا ضير من نقل العامية، إذاً، من لغة الحياة اليومية إلى لغة التأليف والكتابة والمعاملات"[2]، ولأنيس فريحة قول في ذلك، إذ عزا " الفروق اللغوية بين العامية والفصحى التي هي فروق أساسية جوهرية تبرّر اعتماد العامية لغة قائمة بذاتها، سواء أكان هذا في النظام الصوتي أو التركيبي أو النحوي أم في المفردات. وسبب الخطأ في الزعم أن العامية والفصحى لغة واحدة راجع إلى سهولة الانتقال من العامية إلى الفصحى عند عامة المتأدبين "[3]، وتاريخ الدعوة للعامية طويل يعود إلى عام ١٩٨٨، وقد بذل نسيم الخوري[4] جهداً كبيراً في تتبع تاريخ مثل هذه الدعوات.

لقد تفاقم أمر الدعوة إلى العامية في وسائل الإعلام إلى الحد الذي نجحت فيه بعضها - وعلى الأخص في لبنان- في " إيجاد وضع لغوي جديد لا تبدو تزاحم الصحافة المكتوبة وتطلقها لغة إعلام الناس. وتبدو وتيرة هذا الانتقال اللغوي من حالة إلى حالة جديدة... فقد أخرجت الأبحاث من دائرة الصراع التقليدي مثلاً بين الفصحى والعامية، إلى دائرة " الصراع " بين اللغة الصحافية ومحكيات العامة من

---

(١) نور الدين بليبل: الارتقاء بالعربية، مرجع سابق، ص١١٤.

(٢) نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص١٥٩.

(٣) أنيس فريحة: نحو عربية ميسرة (بيروت، دار الثقافة،١٩٥٥) ص١١٧.

(٤) نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص١٥٩-١٦٠.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الناس ولهجاتهم، وبدت الوسائل الإذاعية والتلفزيونية مـزوّدة بقـدرات جـذب هائلـة وخفيّة، تأسر اهتمام الجمهور... بما يورث الـصحافة المكتوبـة ملامـح مـآزق خطـرة، جعلتها تباشر أيضاً في اعتماد المحكيات المكتوبة على صفحاتها من دون أي تردد، بحثـاً ربما عن القراء"[1]، وبدل أن تتأثر الصحافة بالأدب بوصفه لغة سامية وخطابـاً متقـدماً تحولت العلاقة إلى علاقة طرد، وبدأ الانفصال متدرجاً بـين اللغـة الإعلاميـة والعربيـة والفصحى لصالح المحكيات كحليف أوثق وأيسر من الفصحى.

إن مـسألة الانحـراف والتحـوّل لم تعـد تقتـصر علـى بعـض التجـاوزات اللغويـة التلقائيـة في قواعـد العربيـة كأخطـاء الميـزان الـصرفي، والتعـدي، والأسلوب، والجمع، وتوظيف الدخيل، وتطبيق قواعد النحو والإملاء والترقيم، والعدد، والاشتقاق غير المبرر، فهذا الرصد عائد إلى فترة التجاذب والتبني بين العربية الفصحى وعربية الإعلام. أما ما يلوح في الأفق فهو أن التجاذب حاصل بين العربية الإعلامية الميسرة واللغات العامية، ولهذا الأمر أمثلة ونماذج:

- **النموذج الأول**: "صحيفة "الأستاذ" في مصر، نجدها مثالاً لوعي الظروف الموضـوعية للفصحى والعامية، فقد خصّصت باباً للعامية ليتمكن قـراء الـصحفية مـن متابعـة الأفكار الإصلاحية"[2].
- **النمـوذج الثـاني**: "المؤسـسة اللبنانيـة للإرسـال (LBC)، إذ حـدث في مقابلـة مـع إحدى القائمات على هذه المؤسسة "دوللـي غـانم" أشـارت إلى أن مؤسـستهم هـي أول من بدأ استعمال اللغة العربية الميسّرة في وسائل الإعلام المرئية حتى إنه كانـت لدينا الفكرة في أن تكون الأخبار كلها باللغة المحكية كي تطول كـل طبقـات النـاس المثقفة أو غير المثقفة، لكن كـان الخـوف ألا يتقبلـها النـاس لأنهـم اعتـادوا سمـاع الأخبار بالفصحى"[3]. أما برامجها ولنأخذ على سبيل المثال، برنامج " حوار العمـر"

---

(١) المرجع نفسه، ص٢٤١.

(٢) نسيم الخوري: الإعلام العربي، مرجع سابق، ص ١٦٢.

(٣) المرجع نفسه، ص ٢٣٦.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الذي يعد حوارا طويلا هو البداية والنهاية بالنسبة إلى مـن يؤلـف موضـوع الحـوار الذي يتم تقديمه أساسا عـبر مجموعـة مـن المحطـات والـصور والأفكـار الـتي يـأتي مصحوبة بنصوص مقروءة مسبوكة بلغة سهلة عامية محببـة وقريبـة عـبر عـدد مـن الأسئلة والنقاط المحورية التي يتم التركيز عليها، تتفرع منها مجموعات مـن الأسـئلة الأخرى التي يستلزمها الحوار. وتبدو مقدمة البرامج راضية عـن لغتهـا العاميـة. لا تحيد عنها على الإطلاق مهما كانت لغـة الـضيف وموقعـه، وهـي لا تتـوانى عـن إجراء مقابلتها الطويلة وتابعتها بالعامية حتى لو أن الـضيف بقـي متـشبثا بإجاباتـه بالفصحى[1].

- **النموذج الثالث**: تلفزيون المستقبل (Future)، وهذه فضائية عربية يعود تأسيسها إلى عـام ١٩٩٢، وقـد باشـرت بثهـا الفـضائي عـام ١٩٩٤ والمـشكلة في أن أخبـار " المـستقبل لا تتجـاوز الـساعة والربـع يوميـا. بمـا فيهـا الإعلانـات والموسـيقى والتحقيقات والأحاديث، بحيث لا تتجـاوز حـصة الفـصحى منهـا عـشرين دقيقـة خلال ربع ساعة تشغلها المحطة الـتي تـأتي كلـها بالعاميـة وفي مـستويات ولهجـات متعددة وبرامج متنوعة[2]. أما في باقي برامجها فالمقدمات مفصّحة أحيانا ومـا تبقـى يكون بعامية مهذبة رصينة، فضلا عن أسماء البرامج التي هي في معظمهـا بالعاميـة أو بالأجنبية.

وعلى ما يبدو فإن العربية في هذا القرن باتـت تحـضر نفـسها لمـا يـشبه الانهيـار، فانحياز التلفاز إلى العربية المبسّطة أو العامية سوف يحدد لغة القرن الجديد، "ولا جديـد في القـول أن المحكيـة صـارت لغـة رسميـة ولغـة الـرسميين، وفي الإعـلام الخـاص والعام"[3]، ولن نستغرب تعالي مزيد من صـيحات التحـذير مـن انحـدار اللغـة علـى مستويات متدنية على مستوى اللغة الإعلامية المعاصرة أو على مستوى التحـالف مـع العامية والألفاظ الأجنبية، والسبب أن المرجو من لغة الإعلام لم يعد ضمن حساباتها.

---

(١) المرجع نفسه، ص ٢٦٨.

(٢) المرجع نفسه،ص ٢٧٢.

(٣) المرجع نفسه، ص ٤٧٣.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

التحوّل إلى ثقافة الصورة:

قطعت وسائل الإعلام شوطاً طويلاً في الارتحال من الطابع شفهي إلى المكتوب إلى المرئي ثم متعدد الوسائط. وقد حقّق الإعلام في محطته الأخيرة المرتهنة للثقافة البصرية "قفزة بالتوحيد العالمي للمنظورات" [(١)]، عبر الفوتوغرافيا والفضائيات والحواسيب والهواتف الذكيّة. وقد تحوّلت هذه الوسائل من (تقنيّة) إلى (سوسيو- تقنيّة)، مستهلة عصراً بصرياً جديداً يجعل المرئي والحقيقي على طرفي نقيض في حالة من التوسل إلى الواقعي لإثبات وجوده، ولعل البصر هو أقصر الطرق للإيهام بالواقع.

إنّ تركيز الإعلام الجديد على النظام البصري جعله "يمارس قيادة صارمة للعقول إلى درجة لا يتم التفكير فيه بوصفه كذلك. إنه نظام سلطة يقوّم نفسه على أنه بدهي، فما يرينا من العالم هو أيضاً ما يعمينا عن النظر إليه" [(٢)]. وجبروت الصورة كفيل بإلغاء أيّ خطاب وبهدم أكبر سلطة.

وسلطة المرئي اليوم توحي - في وجه من وجوهها - بديمقراطية الصورة؛ لأن الجميع يشاهدونها بالمقدار نفسه أكان حاكماً أم محكوماً. وعند الدخول إلى مختبرات إعداد الصورة وتتابع مجالاتها المرئية تكتشف خلاف ذلك، مما يعني تغيير قاعدة الهيمنة، وإعادة تشكيل مجالات التواصل [(٣)]، وانفلات العلاقة بين المجال الديمقراطي، والمجال الوسائطي والمعلوماتي. وهذه الأخيرة – المعلوماتية- باتت "توحّد طبقات برج بابل بكاملها من بكين إلى نيويورك مروراً برأس الرجاء الصالح. لكن بمجرد ما تُطفأ الشاشة يتبقى الوصول إلى البصائر التي تنظّم كل عالم مرئي" [(٤)]. مع صعوبة ذلك، فالصورة لا تلغيها إلا صورة أخرى، لأنها قائمة على إدراك حسيّ مباشر، بينما اللغة

---

(١) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي (مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، عدد ١٦/ ١٧، ٢٠٠٩) ص ٢٩٩.

(٢) المرجع السابق،ص٣٠٧.

(٣) علي القاسمي: السياسة اللغوية في البلدان العربية: الإعلام نموذجاً (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع١٢٠، نوفمبر ٢٠١٠) ص١٠٠.

(٤) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئيّ في بعدها الوسائطيّ، مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، ع١٦/ ١٧، ٢٠٠٩،ص ٣٠٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

تقوم على الفهم والتفكير.

ولنا أن نوازن بين نظرة كل من إفلاطون وديكارت وعصر الشاشة في تعاملهم مع الأفكار[1] بالتوازي مع رحلة وسائل الإعلام بين الشفهيّ والمكتوب والمرئيّ، فإفلاطون يستعين ب(أسطورة الكهف) فيرى أن علينا الثقة بالأفكار المعقولة فقط، وديكارت يستعين ب (خطاب المنهج) فيرى بوجوب الثقة بالمرئي عبر نظام وقياس وصياغة جيدة، أما عصر الشاشة فينادي بأن لا ثقة بالأفكار؛ لأن المهم هو جودة الصورة.

الإعلام الجديد وتزاوج التقنيات:

تتجاوز وسائل الاتصال اليوم فكرة التواصل بأفراد المجتمع من أجل التقارب و اللُحمة وصولاً إلى المحافظة على الهوية ثم الانتقال إلى فكرة أكثر تعقيداً ألا وهي السيطرة والهيمنة بفضل ما تتمتع به من تكنولوجيا متنامية مدعومة برأس المال واقتصاد السوق. إنّ لكل وسيلة إعلامية تواصلية "خصوصية تكنولوجية معينة تترك آثارها البالغة الأهميّة على شكل وأسلوب ولغة ومضمون الأنواع الصحفية المستخدمة فيها، وقد بلغ هذا الطابع الخاص درجة من التطور أوجدت أنواعاً جديدة"[2] ، بالاعتماد على تقنيات تكنولوجية حديثة، وُظفت بدقة لصناعة المضمون التواصلي وإنتاجه، وقد تميّزت هذه التكنولوجيا التواصلية الحديثة بمجموعة من الخصائص[3] :

١ – التفاعلية Interactivity: (وتقوم على فكرة تبادل المعلومات بين المشاركين).

٢ – اللاجماهيرية Demessification: (جعل خبرات القراءة والاستماع خبرات معزولة، ضمن وسائل تواصلية ذات اتجاهات فردية أو مجموعاتية، كالقنوات

---

(١) المرجع نفسه، ص٣٠٦.

(٢) تيسير أبوعرجة: اللغة في الخطاب الإعلامي (الموسم الثقافي الواحد والثلاثون لمجمع اللغة العربية الأردني، تشرين الثاني، ٢٠١٣) ص ص ٣٧١-٤١٦.

(٣) محمد الفاتح حمدي: واقع اللغة العربية في ظل استخدام وسائط الاتصال والإعلام الحديثة في نظر الشباب الجامعي الجزائري (مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، ع٨، ٢٠١١) ص ص ١٦٨-٢٠٩.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

المتخصصة بمجال محدّد).

٣- اللاتزامنية Asynchnanization: (إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد).

٤- القابلية الحركية Mobility: (مرونة التنقل بوسائل التواصل).

٥- قابلية التحويل Convetibility : (نقل المعلومات من وسيط إلى آخر).

٦- قابلية التوصيل والتركيب Connectivity: (لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة).

٧- الشيوع والانتشار.

٨- التدويل Globalization: (الكونية العالمية وتجاوز الزمن والمسافة).

٩- التعقيد وكثافة الاستخدام: (معقدة ومرتفعة التكلفة).

١٠- الاحتكارية: (يسيطر عليها النخبة).

وقد حقّق ما سبق انحساراً بالمادة الورقية، وزيادة في وتيرة الحياة بسبب "سهولة الاستخدام، وقوة الجذب.. والقدرة على التواصل مع مختلف فئات الجمهور والقدرة على تحديث البيانات والمعلومات واعتبارها فضاءً واسعاً لحرية التعبير.. وتعدد منتجي الخطاب الإعلامي، واختلاط التعامل بهذه الوسائل بين النخب والشرائح الواسعة من الجمهور، وسهولة التصفح وتحميل المواد وسرعة التعرف على الآراء الواردة وردود الفعل السريعة على الرسالة الإعلامية.. وإشباع الحاجات المعرفية والعاطفية والحاجات إلى الاندماج"[(١)]، وهذا مايُعبّر عنه بثورة التواصل، وهي مجتمع يقوم على "تزاوج التقنيات الكهربائية ووسائل الإعلام البصرية الذي أفضى إلى ظهور وضع اجتماعي وثقافي جديد"[(٢)]، بعد أن كان الاعتماد الأكبر على النص (الصحافة) والصوت (الإذاعة).

---

(١) تيسير أبوعرجة: اللغة في الخطاب الإعلامي، مرجع سابق.

(٢) توفيق الشريف: الصورة والتواصل (المجلة التونسية للدراسات الفلسفية، عدد خاص، سبتمبر ١٩٩٠) ص ص ٢٥-٣٤.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

إن التقدم التكنولوجي في تطوير وسائل الإعلام لا يُعدّ مشكلة في حدّ ذاته لو أنّه أسهم في تعميق المحتوى التواصلي للمادة الإعلامية وأسهم في إدراك المرئيّ والحسيّ بعيداً عن فكرة الاستحواذ والاجتياح والسيطرة والإثارة المباغتة والمتواصلة[1]؛ لأن ذلك سيعلي من قيمة الصورة الحسيّة في الأذهان ويقلّص حكماً ملكات الذهن والتجريد والمهارات اللغوية الوصفيّة والمجازيّة والخيالية.

يقول عبدالله الغذامي: "لقد جاءت الصورة لتكسر ذلك الحاجز الثقافي والتمييز الطبقي بين الفئات، فوسّعت من دوائر الاستقبال وشمل ذلك كل البشر، لأنّ استقبال الصورة لا يحتاج إلى إجادة القراءة، وهو في الغالب لا يحتاج إلى الكلمات أصلاً"[2]، فهل يعني ذلك التحوّل من بلاغة الكلمة إلى البلاغة الإلكترونية.

الصورة واقعا إيجابيا:

والصورة في أبسط تمظهرها تعني "إعادة إنتاجٍ طبق الأصل لشيء ما"[3]، ولا تقف عند حدود ولا تحترم الخصوصيات؛ لأنها "مجموعة من الدلالات تمارس الفعل وتحثّ على ردّ الفعل"[4] شرط أن تتكشف الدلالات لرائيها أكانت دلالات لغويّة، نفسيّة، بلاغيّة، رمزيّة.

والصورة في تقدمها عبر الوسائط غدت "وحدة تركيبية حيوية، مؤلفة من جملة من الأدوات الممتزجة والمتفاعلة مع بعضها البعض على المستويين السمعي والبصري"[5]، من أجل صنع معايير جديدة لإدراك الواقع والبعد عن كل ما هو ليس

---

(١) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي (مجلة التربية، قطر، سنة ٣١، عدد ١٤٣، ديسمبر ٢٠٠٢) ص ص ٢٩٠-٢٩٧.

(٢) عبدالله الغذامي: الثقافة التلفزيونية، ط٢ (الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ٢٠٠٥) ص١٠.

(٣) عبدالله بن عتو: هيمنة الصورة: هيمنة الخطاب (مجلة الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة ابن طفيل، ع٧، ٢٠٠٧) ص٩١.

(٤) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئيّ في بعدها الوسائطيّ (مجلة العلوم الإنسانية، البحرين، ع١٦/١٧، ٢٠٠٩) ص ٢٩٦.

(٥) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي (مجلة الحكمة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ع٢٣، ٢٠١٣) ص٢٨٣.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

بواقع. وهي كما يصفها الفرنسي ريجيبس دوبري: "شيء يقبل التعرّف ولا يقبل الإنكار"[1]. والثقافة البصرية للمتلقي هي من تنظم له تجربته في التعامل معها. والصورة بوصفها خطاباً غير تلفظي تستدعي التأويل وتعدده وتختزل الأبعاد التاريخية الواقعية[2]؛ لذلك فالصورة "ليست بالضرورة انعكاسا آليا للواقع، ولا هي نقل حرفي كما يعتقد غالبية الناس"[3]، مما يعني صعوبة قراءتها لأنها رهنٌ لمعطيات قد يعجز المتلقي عن تلبيتها.

وعليه لم تعد الصورة تمتلك الشفافية اللازمة لنقل ما يحدث بعيداً عن الزيف، وباختصار لا نعلم شيئاً عن ملابسات صنعها وإعدادها وتحريرها ومنتجتها ومراميها، رغم كمالها وإتقان صنعها وموضوعيتها الظاهرة وبعدها عن الترميز والغموض.. وهذا التقدم التقني في إعدادها كفل لها حسب – بوديارد[4] – أن تكون وسيلتنا الأوحد لمعرفة العالم وما يعرضه من سلع، فطغى الوسيط على طرفي الاتصال طغيانا يقود إلى صنمية الصورة وإكسابها بعداً مقدّساً.

تسيّد الصورة:

(صدقت، لقد شاهدتُ ذلك على شاشة التلفزيون) تشيع مثل هذه العبارة على ألسنة مستهلكي الإعلام اليوم، أكثر من أي وقت مضى، ويمكن أن نستخدمها للتأكيد على مسألة ما وذلك بالاستعانة بفعل المشاهدة مسنداً لضمير المتكلم، مستبدلين بعبارة (قرأتُ ذلك) عبارة (شاهدتُ)، ولا شك أن هناك فرقاً بين المشاهدة بوصفها تمثيلاً حسيّاً، والقراءة بوصفها تمثيلاً عقلياً زادُه الاستيعاب والفهم.

تعيش الصورة اليوم "منعرجاً هاماً ومهماً في تاريخ حضارة التمثيلات لا سيّما

---

(١) ريجيبس دوبري: حياة الصورة وموتها، ت:فريد الزاهي، (الدارالبيضاء، افريقيا الشرق، ١٩٩٢)ص٣٢.

(٢) عبدالله بن عتو: هيمنة الصورة: هيمنة الخطاب، مرجع سابق، ص٩١.

(٣) المرجع نفسه.

(٤) منصور أشرف: صنمية الصورة – نظرية بوديارد في الواقع الفائق (مجلة فصول، مصر، ع٦٢، صيف/ خريف ٢٠٠٣) ص ص ٢٢٦-٢٣٠

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

بعد الموجة التكنولوجيّة العصريّة التي اكتسحت كل أساليب الاتصال البشري.. باعتبارها أداة اتصالية لها وزنها ومقدرتها على بلورة الخطاب الإعلامي وتحديد وجهته"[1]، وقد عزّز ذلك من حضورها وزاد من سيطرتها على مقاليد خارطة الثقافة الإنسانية لتدخلنا إلى ما يسمى بـ "عصر الصورة" ذات الطبيعة الرمزية، مما دفعنا إلى القول بأنّ "صورة واحدة تساوي ألف كلمة.. غير أنها لا تملك الخصائص الدلالية للغة"[2]. إلا أنّ طغيان ثقافة الصورة في عصرنا مردّه مسألتان - كما عبّر عنهما مصطفى حجازي في كتابه (حصار الثقافة)- هما: اقتصاد السوق، والمعلوماتية[3]. وقد سعى "الخطاب الثقافي المعاصر إلى تعظيم شأن الصورة، وهناك ميل عام إلى أنّ الصورة بصفها خطاباً واتصالاً فنياً خاصاً إذا لم تعبّر عن ثقافة ما بطريقتها الخاصة فسوف تصبح مادة جامدة"[4]، لذا فهي رهن للتفاعل والتأويل لصرف الجمود عنها. وللصورة الآن دور حاسم في مجالات عدّة، كالتثقيف والترفيه والإخبار والتوجيه والإعلان، فهي "الأداة المثلى لتحقيق النتائج المرجوة مهما كان مجال الاهتمام"[5].

وقد أثارت هذه السيطرة ردّ فعل أحد الباحثين[6] بقوله إنّ الأمر لا يتعدى حدود التحميل الزائد للمصطلح وتوسيعه أكثر مما ينبغي ليصل إلى محاولة التهام المناطق السمعية واللغوية وهضمها داخل مدارات الصورة. إن مظاهر تسيّد الصورة اليوم حرمت الفرد في كثير من الأحيان ممارسة مبادراته الإدراكيّة والمعرفية والتأمليّة ممارسة ذاتية، واختزلت نشاطه الفكري، ونمّطت له الحلول. مع العلم أن شروط

---

(١) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي، مرجع سابق، ص ٢٨٠.

(٢) محمد العبد: دراسة في الصورة والثقافة والاتصال (مجلة فصول، مصر، ع٦٢، صيف خريف، ٢٠٠٣) ص ص ١٣٣-١٥٤.

(٣) المرجع نفسه.

(٤) المرجع نفسه.

(٥) زهرة الهامي: في ثقافة الصورة والنخب الدينية (أعمال ندوة الصورة والخطاب، كلية الآداب والعلوم الإنسانية سايس بفاس، المغرب، ٢٠٠٩).

(٦) عادل السيوي: ثقافة الصورة (مجلة فصول، مصر،ع ٦٨، ندوة، شتاء ٢٠٠٦) ص ٣٧٦.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

صناعة الصورة ثقافياً وإعلامياً "لا تعتمد على المقاييس الفنية والجمالية بقدر اعتمادها على الجذب والإثارة لتسطيح الفكرة والحياة وخلق الوعي المشوّه والمبسّط"[(١)] .

فرضت ثورة الاتصال على المتلقي المستهلك للمادة الإعلامية "سرعة بالغة وسعة المعلومات وتشابكها، وإلغاء الأبعاد وترابطها، ونقلها بسرعة فائقة، أشكالاً ونماذج متعددة من الأفكار والثقافات من مجتمع إلى آخر، كلها أدّت إلى أشكال مختلفة من التغيرات في الحياة الفكرية ومظاهر العادات والقيم الاجتماعية"[(٢)] ، مما يعني تبدّل قوى إنتاج المعرفة واختلاف مواقع السلطة.

إن إعلام ما بعد الحداثة[(٣)] ، جعل " ثقافة الصورة لا تملأ علينا دنيانا فقط، بل هي تصنعها بشكل متزايد في يسره ونفاذه وشموله"[(٤)] ، ضمن حالة من الطوفان الإعلامي الذي لا محالة يعود عليه بـ "الحتمية التكنولوجية الإعلامية"[(٥)] . وقد يسهم في مضاعفة النتيجة انفتاح شهية المستهلك الإعلامي للتواصل الالكتروني، وهذا يعود لـ "نظام إبصاري جديد"[(٦)] لديه الاستعداد والكفاية لصناعة "دنيا الأجيال الجديدة "[(٧)]، ولا بأس من استحضار تمييز الفيلسوف الفرنسي جيان بودريارد Jean Baudrillard عندما درس وضع الإنسان في ظل سيطرة ثقافة الصورة، فمايز بين

---

(١) ياس خضير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة، الغزو الإعلامي، والانحراف الاجتماعي (مجلة شؤون عربية، مصر، ع١١٢، شتاء ٢٠٠٢) ص ص ١٠٦-١٢٠.

(٢) المرجع نفسه.

(٣) من الدراسات الجادة التي عزّزت فكرة الصورة في إعلام ما بعد الحداثة دراسة محمد حسام الدين إسماعيل "الصورة والجسد: دراسات نقدية في الإعلام المعاصر"، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨. حيث عقد فصله الأول لإعلام ما بعد الحداثة راصداً الظروف الاقتصادية والفكرية والتقنية وراء صعود الصورة وسقوط الكلمة. يضاف إلى ذلك دراسة علي عزت بيجوفيتش: الإسلام بين الشرق والغرب، ط٣ (القاهرة، دار الشروق، ٢٠١٣).

(٤) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي، مرجع سابق.

(٥) المرجع نفسه.

(٦) توفيق الشريف: الصورة والتواصل، مرجع سابق.

(٧) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي، مرجع سابق.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

الإنسان المرآة والإنسان الشاشة، "والفرق بينهما أن الإنسان قبل عصر الإعلام كان مرآة لأخيه الإنسان. وكي يكون الآنسان مرآة للآخر يجب أن يكون هذا الأمر حاضراً في مواجهة الأنا في علاقة تفاعل متبادل، حيث تنعكس أفعال الأنا على الآخر والعكس. أما مع الإنسان الشاشة فالعلاقة الإنسانية تختلف تماماً، حيث يصبح الإنسان عارضاً ويصبح سلوكه كاشفاً عن نمط في الشخصية وفي الحياة، وحيث يصبح الجسد أداة عرض لموضات أزياء"[1]. إن هامش حرية الفرد مهدد بالانحسار مع كل خطوة يخطوها أمام الإعلام الوسائطي الشبكي.

الواقع السلبي لتحول الصورة إلى ثقافة:

إنّ أبرز واقع سلبي فرضته ثقافة الصورة على الخطاب الإعلامي اليوم هو طغيانها على مساحات كانت تخصّ الكلمة أولاً وأخيراً، فأصبح إعلاماً قائماً على الصورة داعياً إلى حرية ظاهرة في التأويل والفهم، ويمكننا أن نلخّص النتائج السلبية لهذا الطغيان في النقاط التالية:

١- انحسار هيمنة النخب الثقافية من مفكرين وقادة رأي وتربويين، وطغيان فكرة الإغواء المشهدي على حساب ثقافة النخبة، وما رافق ذلك من إشاعة للعاميات والتساهل في التعامل مع الازدواج اللغوي، ومصادرة الرغبات الشخصية وفرض سلوكيات مصطنعة، وإعلاء للهامشي وتقليص للنخبوي[2]، وفي هذا الصدد يقول الغذامي: "لقد سقطت النخبة الثقافية التقليدية، تلك النخب التي تعودنا عليها فكرياً واجتماعياً وسياسياً، وكانت تقود الناس، وتؤثر عليهم، وتشكل رموزاً حيّة لهم، لقد سقطت هذه وزال دورها وحلّت محلها الصورة"[3].

٢- الانفصال في معرض الاتصال: تقدم وسائل الإعلام اليوم نموذجا للاتصال

---

(١) أشرف منصور: صنمية الصورة: نظرية بوديارد في الواقع الفائق (مجلة فصول، مصر، ع٦٢، صيف/ خريف ٢٠٠٣) ص ص ٢٢٦-٢٣٠.

(٢) زهرة الهامي: في ثقافة الصورة والنخب الدينية، مرجع سابق، ص٤٧٧-٤٧٨.

(٣) الغذامي: الثقافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص ٤٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

باتجاه أحادي، مقدمة النسخة على الأصل، والتمثيل على الواقع، والمظهر على الوجود[1].

٣- الاعتماد على الإنتاج الأجنبي[2]: إذ يشكل نصف ما تبثّه الفضائيات العربية، فالمادة الترفيهية هي الجزء الأعظم من ساعات البثّ اليومي، مما يحدو بالمستهلك تمثّل أنماط السلوك والقيم الوافدة إليه من الصورة، فيؤثر على تنشئته الاجتماعية، وهذا يفتح المجال أمام الاضطراب وعدم الاستقرار وتعميق مشاعر الذاتية، والبعد عن الالتزام الاجتماعي، وتنمية روح الاستهلاك، وتجعل المثقف عرضة للتشويه والاغتراب، وتهافت الفضائيات لتلبية الرغبات مآله الاغتراب المعلوماتي.

٤- الإيهام بالواقعية: فالصورة المصنوعة التي هي مجرد انعكاس للواقع تُتخذ على أنّها هي الواقع ذاته، وتصبح لها مصداقية تفوق مصداقية الواقع الحقيقي، ولا يدرك الناس الطابع الاصطناعي في ثقافة الصورة بديلاً عن الواقع تكون قد اتخذت بُعداً صنمياً[3].

٥- تحجيم الذهن والإعلاء من الحسيّة: إن هيمنة ثقافة الصورة أدّت وتؤدي إلى التورط في حسيّة أكبر وشيئية من شأنها أن تُفقد الفكر لياقته في التعامل مع الرسالة القائمة على الكلمة، فالصورة تحوّل العقل إلى مستهلك، فتتراجع قدراته الذهنية خلاف إعلام الكلمة الذي يدفع للتفكير والتأمل والتفاعل[4]، حتى لا نصل إلى قطيعة مع الثقافة العقلانية[5].

---

(١) شاكر عبدالحميد: عصر الصورة – السلبيات والإيجابيات، ط١(الكويت، سلسلة عالم المعرفة)، ص ١١١.

(٢) ياس خضير البياتي: المجتمع الخليجي وإشكاليات تاثير الصورة المتلفزة (مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام جامعة بغداد، ع٨، آذار، ٢٠١٠) ص٦٨.

(٣) أشرف منصور: صنمية الصورة - نظرية بوديارد في الواقع الفائق، مرجع سابق.

(٤) ماهر سقا أميني: ثقافة الصورة وثقافة الكلمة،(on-line):

http://www.alkhaleej.ae/supplements/page/7de681ec-9454-485c-ba3f-4a2322fca822

(٥) حواس محمد: ثقافة الصورة في زمن العولمة والتأثير السوسيولوجي، مرجع سابق.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

٦- ضعف الملكة اللغوية: إذ يسود إجماع لدى الباحثين المتخصصين بأنّ الأجيال الشابة قد فقدت الملكة اللغوية الراقية في القراءة والكتابة والتعبير وحتى التحاور الاجتماعي المباشر لطول تعاطيها مع عالم الصورة الحسيّ، وعزوفها عن اللغة إلا في النطاق الضيق، كون ثقافة الصورة لا تستدعي المرور بمرحلة القراءة أو الكتابة[1].

تلقي الصورة بوصفها خطاباً:

لا بدّ أن نقرّ بأنّ ثقافة الصورة باتت مكوناً أساسياً من مكونات الثقافة اليومية لمستهلك الإعلام، فانفجار المعلومات وتعاظم المنجزات التقنيّة، وما تحمله من إفرازات نتائج سلبية في ميدان الحياة وتعميق الهيمنة الاتصالية على النشاط الإنساني وتكريس نماذجها، وأنماطها وثقافتها على المجتمعات النامية، لا يلغي الحقيقة الأخرى بأنّ الثورة الحضارية ينبغي استيعابها وتقبلها بوعي حضاري باعتبارها حقيقة عصريّة لها أبعادها الثقافية، وأنّ رفضها لا يلغي تواجدها ما دامت تخترق قسراً حدودنا عبر تكنولوجيا الفضاء، مما يستدعي المزيد من العمل الإعلامي المتقدم والوعي العميق بإيجابياتها وسلبياتها، وتحقيق المزيد من التطور في وعي الإنسان العربي وتعميق ثقافته وممارسته الديمقراطية[2]. والأمر لا يقع وحده على كاهل المؤسسة الإعلاميّة، فالموضوع ذو أبعاد سياسية واجتماعية ونفسية، مما يطرح السؤال الخطير: هل المستهلك يمتلك التشكيل الذهني الذي يؤهله لمواكبة التقدم التقني الذي حققته الصورة بوصفها خطاباً ؟ وهل يمتلك الأدوات التي تعينه على النفاذ إلى الجانب المعتم فيها ؟

إنّ التعامل مع الصورة رغم أنها مادة معدة سلفاً وجاهزة للاستهلاك " لا يعني التلقي الآلي، وإنما ترتيب المرئي وتنظيم التجربة من خلال الأنساق الإنسانية والثقافية لكل مجتمع، فلكل مجتمع ثقافته البصرية، وكل ثقافة بصريّة ليست معزولة

(١) المرجع نفسه.

(٢) ياس خضير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة، الغزو الإعلامي، والانحراف الاجتماعي، المرجع السابق.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

عن الثورات التقنيّة التي تغيّر في كل عصر شكل ومضامين الصور التي يستحوذ عليها كل مجتمع"[1].

وعلى المؤسسات الإعلاميّة[2]. أن تساعد المستهلك في ذلك بإعادة الأساس التقني للإعلام العربي بصيغة الاستيعاب، وليس النقل الآلي، وردّ الاختراق بالاختراق، لتكون الوسيلة الإعلاميّة العربية مصدراً مهماً للمستهلك في بناء تصوره الثقافي إزاء مشكلات الواقع[3]، مع القناعة أن مستلزمات فهم الصورة تختلف عن مستلزمات فهم اللغة، فلا يمكن للصورة "أن تكون المرجع في حدّ ذاتها على عكس اللغة التي تحمل مرجعها في ذاتها"[4]، مما يعني أنّ الصورة تنتج مرتين، مرة لدى منتجها الأصلي ومرة لدى مستهلكها. يقول محمد العبد صاحب كتاب (النص والخطاب والاتصال): "وللصورة سلطة في التواصل الجمالي والتواصل التداولي جميعاً. للصورة سلطة التأثير الجمالي التبليغي مع "الصور الفنية" ذات الدلالات المتعددة. وللصورة سلطة تغيير السلوك والمواقف فيما يسمى بالصور الوظيفية ذات الطبيعة البراجماتية التي يمكن أن نراها في تسلّح بعض الأنظمة السياسية باستراتيجية الصورة التي فرض هيمنتها وتأثير السياسية المضادة على صفحات الصحف اليومية"[5]. ويخلص محمد العبد إلى المفهوم المركزي لثقافة الصورة، وهو مفهوم "يتسع لدراسة مضمون الصورة والطريقة التي يقدم بها هذا المضمون معاً. نرى لذلك المفهوم وجهين اثنين. إذا كانت الصورة نتاجاً فنياً، فإنّ الوجه الأول لذلك النتاج هو كل ألوان الثقافة التي تدخل في عملية الإنتاج ذاتها، نعني بذلك تقنيات إنتاج الصورة.

---

(١) ريجيبس دوبري: حياة الصورة وموقعها، ص٣٢، نقلا عن المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها- ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مرجع سابق.

(٢) ياس خضير البياتي: ثقافة الشباب العربي وسلطة الصورة، الغزو الإعلامي، والانحراف الاجتماعي، مرجع سابق.

(٣) توفيق الشريف: الصورة والتواصل، مرجع سابق.

(٤) المرجع نفسه.

(٥) ط١، (القاهرة، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ٢٠٠٥) ص ٤٣.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

ويمكن أن نطلق على ذلك الوجه اسم (نص الصورة)، لأنه مرتبط بالبنية أو الشكل. أما الوجه الآخر، فهو ما يمكن أن يستنبط من منظورات إلى العالم وتوجهات القيم من مضمون الصورة. ويمكن أن نطلق على ذلك الوجه (خطاب الصورة) لأنه مرتبط بالتوجه أو المضمون. والعلاقة بين (نص الصورة) و(خطاب الصورة) هي دائماً علاقة تبادلية، علاقة تأثر وتأثير. يُبنى نص الصورة بالتقنيات التي تدفع خطابها على النحو الذي تريده إلى المتلقي. ويُبنى نص الصورة بتقنية داخلية حيناً وبتقنية خارجية حيناً آخر، وقد يجمع بين النوعين حيناً ثالثاً "[(١)].

تعزيز العلاقة بين الصورة والكلمة:

يقول الفرنسي دوبري – صاحب كتاب حياة الصورة وموتها: "حين يغدو كل شيء مرئياً فلا شيء يغدو ذا قيمة"[(٢)]، وكلامه تحذير عام يمكن أن يسقط على الإعلام الذي لا يمكن أن يستغني عن أحد رئتيه، فالصورة كما أسلفت توغّلت بدعم من اقتصاد السوق والمعلوماتية، "لقد جاء عصر العولمة بالسرعة في كل شيء، والتركيز على ثقافة الصورة أكثر من النص، فالخبر يُصاغ بسرعة، والمقال الصحفي يكتب على درجة من العجلة، لا تعطي الكاتب مهلة للمراجعة والتدقيق، بل إنّ الصحف التي كانت في السابق توظف مصححين لغويين يبدو أنها تخففت منهم أو قللت من تأثيرهم، فهم لا يقرؤون إلا ما يُعرض عليهم أحياناً"[(٣)]، وعليه لا بدّ من إعادة التوازن بين الكلمة والصورة.

لقد مرّ على الإعلام عقود كانت الصورة تحضر فيحضر في ضوئها النص الإخباري متآلفاً متفاعلاً، أما اليوم فإنّ "حضارة الصورة تزحزح حضارة الكلمة شيئاً فشيئاً، حيث نجد أن الأولى (الصورة) تجد طريقها إلى العقل بسهولة كبيرة متخطيّة كل الحدود الفاصلة، بينما الثانية (الكلمة) ليست إلا أداة لا تحمل أيّ عنصر شكلي من

---

(١) محمد العبد: دراسة في الصورة والثقافة والاتصال، مرجع سابق.

(٢) المعزّ بن مسعود: حياة الصورة وموتها– ثقافة المرئي في بعدها الوسائطي، مرجع سابق، ص ٣٠٩.

(٣) أحمد الضبيب: اللغة العربية في الإعلام المقروء (مجلة مجمع اللغة العربية، القاهرة، ع١٢٦، نوفمبر ٢٠١٣) ص ص١٣٣–١٤٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

عناصر الشيء الذي ترمز إليه في الوقت ذاته. إن فهمنا للعالم ليس فقط من خلال قراءة الكلمات، وإنما من خلال قراءة الصورة أيضاً"[1].

إنّ مجتمع المعرفة هو هدف الإعلام الصائب، الذي يكفل للمتلقي معرفة تعينه على إعادة تمثلها وإنتاجها والاختلاف معها. والكلمة لها دور مهم[2] في تحقيق التنمية البشرية في مجال الإعلام وبناء الإنسان. إذ لا بدّ من أن يسهم الإعلام بأداتيه: الكلمة والصورة في تأصيل النزعة الإنسانية في خطابها الثقافي والتشبث بالعقلانية بوصفها "حتمية ثقافية" لا بدّ من استثمارها في التخفيف من غلواء "الحتمية الالكترونية"، مع ضرورة تعزيز الدراسات الموجّهة للصورة نصاً وخطاباً أسوة بكثافة الدراسات التي تغطي الكلمة الإعلامية.

هل أزمة الإعلام لغوية أم ثقافية؟

كثير من الدراسات التي عقدها لغويون متخصصون لدراسة اللغة الإعلامية تقف عند تقصي هنات اللغة وأغلاط محرريها وهشاشة تراكيبها، فتؤشّر عليها وتسعى لتصويبها إفادة للمحررين والقائمين على الجهاز اللغوي في الوسيلة الإعلامية. وقد غلب على هذه الدراسة هجائية الإعلام والتباكي على مجد العربية الضائع وتراثها المسلوب عبر صفحات الجرائد وأثير الإذاعات وشاشات الفضائيات وصفحات التواصل الإلكتروني. ومع التقدير الكبير لمثل هذه الجهود البنّاءة إلا أنها لا تكفي لتوصيف الأزمة التي يعاني منها الإعلام العربي، بل لا جدوى منها في ظل اتساع الهوة بين اللغة والإعلام والسلوك اللغوي اللامعقول الذي تسلكه وسائل الإعلام في تقويض اللغة العربية. ويمكننا تلخيص أبعاد هذه الأزمة في أمرين:

- الأول: براغماتية النهج: إذ إن جل وسائل الإعلام العربية تتعامل مع اللغة بنفعيّة مطلقة من منطلق أنّ اللغة أداة اتصال وحسب، وأنّ دورها يقتصر على إيصال الرسالة حتى لو حملها وسيط فصيح محكم أو عامي متشرذم أو جاء ضمن ازدواجية لغوية في التعبير "اعتقاداً منهم أن لهم سلطة عليها، تجيز لهم أن يعاملوها كأي موجود تنتهي غايته لخدمتهم، وهذا الحال كفيل بأن يربك المعنيين به في تحديد

---

(١) سامية عواج: الصورة التلفزيونية والتحليل السيميائي، مرجع سابق، ص٢٨٠.

(٢) علي القاسمي: السياسة اللغوية في البلدان العربية: الإعلام نموذجاً، مرجع سابق.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

هويتهم وكيل قدرهم"[1] ، وفي ذلك نتيجة طبيعية لعدم قناعتهم بمحورية اللغة التي نشأوا عليها وتعلموها وفكروا بها وخزّنوا فيها أفكارهم وتجاربهم. إنّ العلاقة التي تجمع أي مجال يستفيد من اللغة العربية كالإعلام والتعليم لا بد أن تكون علاقة منفعة متبادلة، فالعربية تقدم زادها وقدراتها للإعلام، والإعلام يكفل حماية اللغة وانتشارها. أما أن يكون النفع باتجاه واحد، فهذه ذرائعية تبدّد الثقة بين الإعلام واللغة. ولو تمنّعت اللغة عن تزويد الإعلام بأدوات التواصل ومعاجم الدلالة وقواعد النحو والصرف، فهل ستجد وسائل الإعلام أرضية صلبة كما الفصحى لتشكل لها مرجعية واثقة؟ وما القانون اللغوي الذي سيكون فيصلا بين الإعلام وجمهوره ؟.

- ثانياً: العقوق: وهي أزمة أخلاقيّة بالمجمل ! فالإعلام العربي عبر قرنين من الزمان ارتقى وازدهر معتمدا على العربية وأدبائها، فنهل منها وتحلى بأدبياتها وحذا حذوها ردحاً من الزمان، ثم نحت من العربية لغته الخاصة القائمة على احترام الفصحى ضمن قوانين التبسيط والشيوع واليسر تمشياً مع تكنولوجيا العصر وتسارعه، ولم تفرض العربية شروطها على اللغة الإعلاميّة مع أن العربية هي الممول الأوحد لهذه اللغة الوليدة. لكن الإعلام هيمن على اللغة العربية، وفرض شروطه عليها، يقول عبدالعزيز التويجري: "فإنّ اللغة في الإعلام تختلف، من وجوه كثيرة، عنها في تلك الحقول من التخصصات جميعاً، فهي في موقف ضعف أمام قوة الإعلام وجبروته، فقلما تفرض اللغة نفسها على الإعلام، وإنما الإعلام هو الذي يهيمن على اللغة، ويقتحم حرمها، وينال من مكوناتها ومقوماتها، فتصبح أمام عنفوانه وطغيانه، طيعة لينة، تسير في ركابه، وتخضع لإرادته، وتخدم أهدافه، ولا تملك إزاءه سلطة ولا نفوذاً "[2] ، وقد يقول قائل إنّ للإعلام فضلاً

---

(١) خالد سوماني: اللغة العربية لغة حضارة ولغة إعلام (مجلة الممارسات اللغوية، جامعة مولود معمري، تيزي ووزو، الجزائر، ع٢، ٢٠١١) ص ص ٢٢٣-٢٣٨.

(٢) عبدالعزيز التويجري: مستقبل اللغة العربية، ط١ (منشورات المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، إيسيسكو،٢٠٠٤) ص ٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

على العربية بأن نشرها على أوسع نطاق، ولكن ما حال العربية التي يسوّقها إعلام اليوم، وإلى أيّ حدّ تمتلك هذه الصورة مقومات الصمود وملامح الهوية.
يبدو أن مسألة العقوق تتجلى في أنّ الإعلام هو من بات يؤثر في اللغة لا العكس.

على سبيل الحلّ:

إنّ أمل الخروج من هذا المأزق اللغوي يقتضي الاتفاق بأنّ المسؤولية تقع على الجميع، وأنّ النظرة النمطية للمشكلة لا يمكن أن تقود إلى حلول قريبة للحد من انهيار السلطة اللغوية لصالح التكنولوجيا واقتصاد السوق والمعلوماتية، وأن الرغبة في الانتشار والعالمية يجب ألا يطغى على مقومات الهوية. إذ لا بد من الانتصار للهوية أولاً وآخراً، فهي التي تحصّن شبابنا من الانحراف والتطرف، وهذا يستدعي:

١- الدعوة إلى التكامل في العمل بين مؤسسات المجتمع جميعا ضمن أطر الإعلام والتربية والتعليم والسياسة والفكر والاجتماع والدين، فهذه الأطر هي من تشكل وجه الثقافة. وما الإعلام واللغة إلا مكونان من مكوناتها مع ضرورة الاستفادة من تجارب كثير من الأمم حمت لغتها وحصّنتها كاليابان وألمانيا.

٢- تجاوز النمطية في التعامل مع الأزمة والموازنة بين رغبة القائمين على اللغة في تسخير الإعلام منبراً لغوياً تراثي النزعة همّه إحياء التراث والمحافظة عليه، ونظرة القائمين على الإعلام الذين يريدون اللغة مستوعبة لمنطق الحضارة وتمتلك المرونة التي تسعفهم على تقديم المادة الإعلامية التي ترتضيها الوسيلة. إنّ كل ذلك يستدعي تجاوز هذه الدعوات النمطية إلى الحديث عن مسألة الوعي باللغة وتفعيلها في أذهان المتلقين، فلا نتوقف عند الإعلام بوصفه لغة ونغفل عنه خطاباً، مؤمنين كل الإيمان بفكرة تعدد مستويات اللغة (الفروع) مع الإقرار بمركزيتها (الأصل)، فللقضاء لغته وللعلم لغته وللإعلام لغته... شريطة ألا يتحول التابع إلى متبوع.

٣- لا بدّ لوسائل الإعلام أن تراجع سياستها المهنية، فتتحول عن التعامل مع العربية من منطلق البراغماتية إلى منطق الشراكة، وأن تتصدى لأي محاولة إضرار بأساسيات اللغة، لأنّ اللغة نظام، والعبث بها يفسد نظامها. لذا لا بد

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

من تطوير قدرات الإعلاميين على اختلاف مهامهم أسوة بالدورات الممتدة الـتي تحرص الوسائل الإعلامية على إيفاد موظفيها لهـا، لتطـويرهم وتمكيـنهم، حتـى تتخلص لغتهم من الخيال اللغوي الأجنبي الذي يسكنها، ويقفـوا صـفا منيعـا في مجابهة امتدادات اللهجات العاميّة، وإثراء نـشرات الأخبـار بالأسـاليب الأصـيلة والألفاظ الدالة والمعبرّة فالجمهور حتما يتقبلها طالما توافقت وتفكيره.

٤ - مقاومة تغوّل العولمة على وسائل الإعلام باستثمارها والاستفادة من سـيرورتها، ولا يكون ذلك إلا من في بناء شخصية لغوية واضحة لوسـائل الإعـلام العربيـة تظهر في أسمائها وعنواين برامجهـا ولغـة مـذيعيها، وهـذا سـيمكنها مـن فـرض منطقها اللغوي القائم على الواعي بهوية الأمـة، وربمـا يحتـاج تحقيـق مثـل هـذا الطرح إلى مبادرة نخبوية شجاعة تطرح مشروعها اللغوي التنموي الذي يمكن أن يفرض واقعاً أصيلاً للغة في توافقها مع الإعلام التكنولوجي اليوم.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

د. فلاح عامر الدهمشي
د. محمد أحمد هاشم الشريف
قسم الاتصال والإعلام بجامعة الملك فيصل

ملخـــص:

تعد إشكالية شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باللغة العربية من أبرز القضايا المطروحة على المعنيين والمهتمين بالشأن اللغوي والإعلامي عموماً، حيث تتضافر حولها جهود الباحثين في المجال اللغوي والإعلامي لدراستها وسبر أغوارها من زواياها وأبعادها المتعددة، وتعد هذه الدراسة حلقة من سلسلة دراسات تركزت حول هذه الظاهرة...وقد ركز الباحثان على دراسة أحد الأبعاد المهمة ذات الارتباط الوثيق بهذه الظاهرة لاسيما وأن هناك فراغا كبيراً في الأدبيات المرتبطة بهذا الموضوع تأتي هذه الدراسة لتسهم في سدّه. هذا البعد هو "اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية". وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

- كشفت الدراسة فيما يتعلق بمدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة في شبكات التواصل الاجتماعي، أن نسبة المهتمين لم تتجاوز ٥٣,٢٪. وبالرغم من مجيء الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية في الترتيب الأول إلا أنها نسبة لا تعبر عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به فئة النخبة بمسؤولية الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من أية تأثيرات تؤدي إلى ضعفها وتدهورها، وأن النخبة المهتمة إلى حد ما بمراعاة قواعد اللغة العربية تصل نسبتها إلى ٤٢,٣٪، كما أنه يوجد من بين النخبة من لا يهتمون بالأساس بمراعاة قواعد اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم ٤,٣٪.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- توصلت الدراسة إلى إحدى النتائج المثيرة للجدل والمتعلقة بمدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية حيث جاء اهتمام النخبة إلى حد ما – بمعنى أنها قد تهتم أو لا تهتم- في الترتيب الأول بنسبة ٥٩,٦٪، بينما الاهتمام بشكل كبير جاء في الترتيب الثاني وبنسبة ٣٤٪ فقط، في حين أن هناك من النخبة العربية من لا يهتمون أصلاً بهذه الإشكالية، وتبلغ نسبتهم ٦,٤٪.إن ما يجعل هذه النتيجة مثيرة للجدل كونها تتنافى مع أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات المجتمعية، والأكثر إلماماً ووعياً لكون أعضائها يتسمون بالكثير من السمات التي لا تتوافر فيمن دونهم.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

مدخل عام للدراسة:

ظهرت شبكات التواصل الاجتماعي كمصطلح أطلق على مجموعة المواقع الالكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني من وسائط الاتصال المتعدد على الويب، ولعل أشهرها:

Facebook-whatsapp-fb messenger-tumblr-instagram-twitter-skype-viber-line-snapchat-pinterest.

ويشهد العالم العربي حقبة جديدة عنوانها النمو في عدد مستخدمي شبكة الإنترنت،" والذي يتوقع أن يبلغ نحو ٢٢٦ مليون مستخدماً بحلول عام ٢٠١٨م. وذلك وفقًا لـ "تقرير اقتصاد المعرفة العربي ٢٠١٥-٢٠١٦م، والذي تمّ إعداده من قبل "اورينت بلانيت للأبحاث"(Orient Planet Research) حيث تشير التقديرات الواردة في التقرير أن أكثر من نصف المستخدمين (٥٥٪ تحديداً) يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أساسي"[(١)]. وهو ما يعكس الدور المتعاظم لهذه الشبكات وزيادة تأثيراتها في حياة المجتمعات العربية يوما بعد يوم.

ووفقاً لنتائج العديد من الدراسات فإن هذه النسبة الكبيرة من مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى يتعاظم تأثيرها في اللغة العربية على هذه المنصات تتمثل أبرز مظاهره في عدم التركيز على الكتابة الصحيحة لغوياً، كما أن الكثير بات يفضل استخدام الحروف الإنجليزية مع الرموز للتعبير عن المعانى العربية فيما يُعرف بالفرانكو آراب، والعربتيني، والعربيزي أو اللغة الهجين أو الأرابيش، إلى جانب الاعتماد بشكل رئيس على الأشكال الرسومية في أداء المعانى. هذا بالإضافة إلى ظاهرة ضعف الأداء اللغوي وشيوع الأخطاء اللغوية والنحوية والإملائية واللجوء إلى العامية وعدم سلامة النطق الأمر الذي أصبح يمثل تحدياً غير مسبوق تواجهه اللغة العربية في عصر العولمة والانفتاح الثقافي والإعلامى.

وفي مقابل النتائج السابقة تشير دراسات حديثة أيضاً إلى أن المحتوى العربي على

---

(1) www.knowledge4all.com/uploads/files/AKI2015/PDFAr/AKI2015_Full_Ar.pdf

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الإنترنت سيشهد قفزة في السنوات القادمة. وغالباً ما يعود ذلك إلى الانتشار السريع والمتزايد لشبكات التواصل الاجتماعى في المنطقة العربية، حيث كشف أحدث تقرير تم إصداره من قِبَل كلية دبى للإدارة الحكومية "أن اللغة العربية أصبحت اليوم اللغة الأسرع نمواً عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعى في المنطقة. كما لعبت أيضاً الهواتف الذكية والتطبيقات المتنقلة دوراً مهماً في انتشار المحتوى الرقمى العربى في الشرق الأوسط" [1].

وتعكس النتائج السابقة أن شبكات التواصل الاجتماعى تتضمن العديد من التأثيرات الإيجابية، وفي الوقت نفسه يظهر المستخدمون عدم الثقة في هذه الشبكات اعتقاداً منهم أن لها آثاراً سلبية على كل العناصر المشكلة للهوية الوطنية للأمة الإسلامية والعربية وفي مقدمتها اللغة العربية.

والسؤال المهم الذي يطرح نفسه والذي لم تلتفت له الأدبيات المرتبطة بعلاقة اللغة العربية بشبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعى، والتى صرفت جل تركيزها على اللغة السائدة في هذه الشبكات. هذا السؤال هو: كيف تنظر النخبة العربية لتأثير شبكات التواصل الاجتماعى في استخدامات اللغة العربية؟ وهو السؤال الأهم والرئيس الذي تمثل الإجابة عنه فحوى هذه الدراسة، لاسيما وأن فئة النخبة هى الفئة التى تضطلع بقيادة المجتمع وتسهم، عبر قيامها بمتطلبات مسؤولياتها المهنية، في توجيه أفراده، عبر مختلف القنوات والوسائل الرسمية والخاصة، وتتسم النخب المجتمعية بقدر عال من التأهيل العلمى والثراء الفكري، والخبرات المهنية التراكمية في مجال عملها، كما أنها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمع، والأكثر إلماماً ووعياً بهذه المتغيرات.

الدراسات السابقة:

- دراسة: اشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي [2]: وقد توصلت

---

(1) http://ar.extradigital.co.uk/articles/social-networks-arabic.htm

(٢) فطيمة بو هاني : شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اللّغة العربية عند الشباب الجزائري المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٢٧-٣٠ جمادي الآخر ١٤٣٤ه/ ٧-١٠-٢٠١٣م.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

إلى أن الذين يرون حتمية تأثير مواقع التواصل الاجتماعي هم النسبة الأكبر إذ وصلت إلى٧٠٪ من جملة المبحوثين مما يدل على ان هذه المواقع تلعب دوراً وتسهم في نشر لغات المجتمعات الاخرى بغض النظر عن نوعية التأثير سالباً او إيجابياً.

- دراسة: شبكات التواصل الاجتماعي وتأثير استخدامها على اللّغة العربية عند الشباب الجزائري[(١)]: فقد خلصت الدراسة في هذا الإطار إلى أنّ شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك) جزء أساسي في صناعة اللّغة الشبابية الجديدة إذ لم تقتصر على أحرف لاتينية أو عربية ولكن برزت تنوعات في أسلوب عرض الحوار وعدد الكلمات وحرية التناول والبعد النفسي والاجتماعي، الأمر الذي جعل من هذه اللّغة تعرف بين مستخدميها بعدة مصطلحات :العربيزية والشبابية والفيسبوكية والفرانكوآرب والشغابيا وغيرها...
- دراسة: اللغة العربية ووسائط الإعلام المتعددة: قراءة في لغة التآنس (الدردشة) عبر مواقع التواصل والهواتف النقالة[(٢)]. وقد توصلت الدراسة إلى أ ن المتفحص في الخطاب اللغوي عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل والهواتف النقالة يحس بالفعل مدى الخطورة التي تتعرض لها مسيرة اللغة العربية عبر الأجيال.
- دراسة: اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد؛ الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا[(٣)]. وقد أكدت الدراسة على أن لغة وسائط الإعلام الجديد والانترنت يمكن أن تثرى اللغة وتمنحها المزيد من الأبعاد والأفاق، لكن الأكيد(في المرحلة الراهنة على الأقل) أن هذا الفضاء

---

(١) نصر الدين عبد القادر عثمان: إشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٢٧-٣٠ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ/ ٧-١٠-٢٠١٣م.

(٢) مريم محمد صالح: اشكاليات اللغة العربية في مواقع التواصل الاجتماعي، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٢٧-٣٠ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ/ ٧-١٠-٢٠١٣م.

(٣) عماد الدين تاج الدين عمر: اللغة العربية ووسائط الإعلام المتعددة: قراءة في لغة التآنس (الدردشة) عبر مواقع التواصل والهواتف النقالة، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٢٧-٣٠ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ/ ٧-١٠-٢٠١٣م.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الجديد قد بدأت معه بوادر هدم واضح للغة العربية من طرف شبابنا؛ تسرعا أو مسايرة أو تمردا. وأيا كان السبب فالظاهرة خطيرة وتحتاج منا إلى وقفة جادة للحيلولة دون انتشارها البعيد واستفحالها بالشكل الذي لا نستطيع معه الحفاظ عليها ومن ثم الحفاظ على ثقافتنا وهويتنا ووجودنا وتفاعلنا مع المجتمع العالمي.

- دراسة: استخدام طلبة الجامعة اللغة العربية بحروف لاتينية (الإنجليزية وغيرها) في أساليب التواصل الحديثة.[(١)]: وقد بينت نتائج الدراسة أن هناك شبه إجماع بين طلاب الجامعة على استخدام الأجهزة الحديثة، كما أوضحت الدراسة أن أسباب استخدام أفراد العينة للأحرف اللاتينية في التواصل بالأجهزة الحديثة يرجع إلى: سهولة الاستخدام، أو بسبب العادة أو التعود، أو التقليد، أو كثرة الاستخدام أو القناعة بهذا الاستخدام، أو من أجل المتلقي الذي لا يستطيع الفهم إلا باستخدام الحروف اللاتينية، أو لأن افراد العينة يحفظون الأحرف اللاتينية أكثر من حفظهم أحرف اللغة العربية.
- دراسة: العربتيني :الكتابة العربية بالأحرف اللاتينية[(٢)] وقد خلصت الدراسة إلى أن الكتابة العربية بالأحرف اللاتينية ظاهرة تنحصر عموماً في الرسائل الهاتفية النصية، والدردشة الحاسوبية (chatting) وبعض وسائل التواصل الاجتماعي social media، مثل برامج (واتسآب)، ومواقع (فيسبوك، وتويتر، وجوجل.......... وأن الغالبية العظمى من مستعملي العربتيني هم ممن يسمون بجيل الإنترنت، أو الجيل الرقمي (the digital generation).
- دراسة: مزج اللغات في تطبيق WhatsApp لدى السعوديين: أشكاله وأسبابه من منظور لغوي اجتماعي[(٣)]. وقد انتهت الدراسة إلى وجود قابلية لغوية واجتماعية

---

(١) رحيمة الطيب عيساني: اللغة العربنجليزية في وسائط الإعلام الجديد أو تهجين اللغة العربية في وسائط الإعلام الجديد؛ الانترنت وتطبيقاتها أنموذجا، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٢٧-٣٠ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ/ ٧-١٠-٢٠١٣م.

(٢) هاشم صالح مناع: استخدام طلبة الجامعة اللغة العربية بحروف لاتينية (الإنجليزية وغيرها) في أساليب التواصل الحديثة، المؤتمر الدولي الثاني للغة العربية، دبي، ٢٧-٣٠ جمادي الآخر ١٤٣٤هـ/ ٧-١٠-٢٠١٣م.

(٣) أشرف سعيد شاولي: مزج اللغات في تطبيق WhatsApp لدى السعوديين: أشكاله وأسبابه من منظور

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

متعددة الأسباب، تتيح إدراج أشكال متنوعة من (مزج اللغات) في المحادثات الكتابية لدى السعوديين مستخدمي تطبيق WhatsApp

- دراسة: مستوى استخدام العربيزي لدى الشّباب العماني في مواقع التواصل الاجتماعي[1]. وقد أظهرت الدراسة أن الشباب العماني يستخدم العربيزي بنسب متفاوتة تؤكد أن المشكلة ليست متفاقمة كثيراً، بل ما تزال ظاهرة بسيطة يمكن السيطرة عليها.
- دراسة: أثر تويتر على عربية المستخدمين السعوديين: المشكلة، والحل[2]. ومن أهم نتائجها ذات الصلة بالدراسة التي نحن بصددها: أن السرّ في تحول تقاليد إنتاج اللغة على تويتر twitter هو أن أدوات التواصل الاجتماعية لم تعد مملوكة للنخب، كما كان الحال عليه في زمن الصحافة الرسمية، ومادام المستخدم قد تحول إلى منتج للمعنى عبر امتلاك الوسيط، فمن المنتظر أن يتمرد على اللغة النخبة المستوفية شروط الفصاحة والجزالة.
- دراسة: الشباب السعودي يغرد بالعربيزي !ما الدوافع؟[3]. وقد أشارت الدراسة إلى أن ٧٠٪ من المبحوثين قد تنصلوا من مسؤولية اختيارهم التغريد بالعربيزي لأسباب تقنية وانعدام دعم تويتر للغة العربية، كما يرى ٤٠٪ من المشاركين أن استخدام العربيزي لا يؤثر في اللغة العربية والهوية الإسلامية. كما اعتبر ٦٠٪ من

لغوي اجتماعي، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ١٤٣٦/ ٢٠١٤، ص ص ١٨٧-٢٠٤.

(١) ريا سالم المنذري: مستوى استخدام العربيزي لدى الشّباب العماني في مواقع التواصل الاجتماعي، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ١٤٣٦/ ٢٠١٤، ص ص ٢٠٥-٢٣٣.

(٢) بدرية بنت عبد العزيز العبيد: أثر تويتر على عربية المستخدمين السعوديين :المشكلة، والحل، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ١٤٣٦/ ٢٠١٤، ص ص ٢٨٥-٣٢٧.

(٣) حمدة بنت عبد الله الغامدي: الشباب السعودي يغرد بالعربيزي !ما الدوافع؟، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ١٤٣٦/ ٢٠١٤، ص ص ٣٢٩-٣٥٧.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

المشاركين أن (العربيزي) موضة نشأت في عصر التواصل الشبكي وسوف تندثر مع الوقت، بينما ذهب ٤٠٪ إلى أنها تشكل منحنىً خطيراً في المجتمع السعودي.

- دراسة: الممارسات اللّغويّة في وسائل الاتصال الحديثة لدى الشّباب الجزائري: التّداخلات اللغوية نموذج للازدواجية[١]. وقد أوضحت الدراسة أن ٩٠٪ من الشباب الجزائري يفضل استعمال الكتابة بالفرنسية في وسائل الاتصال الحديثة للتعبير عن مضامين عربية عامية أو فصيحة، وأن ٩٣,٠٢٪ يرجعون سبب إدراجهم للغة الأجنبية في رسائلهم المكتوبة بالعربية إلى العادة والتعوّد.
- دراسة: وارشاور Warschauer (٢٠٠٢م)[٢]. وتستهدف التعرف على نوع اللغة التي يستخدمها الشباب على الإنترنت في مجال العمل في مصر، وقد كشفت عن أن استخدام اللغة العربية الفصحى كان نادراً جداً بين المشاركين في الدراسة، حيث استخدموا الكثير من العربيزي في المراسلات والمحادثات غير الرسمية، وقد أطلق شاور تسمية (العربي الروماني) على العربيزي في دراسته.
- دراسة: ريسشايلد Rieschild ، (٢٠٠٧م)[٣]. والتي استهدفت التعرف على أسباب استخدام الشباب العربي المقيم باستراليا للعربيزي، حيث أوضحت الدراسة أن العربيزي تستخدم لإظهار الهوية العربية في مجتمع ناطق باللغة الإنجليزية، وأنها تستخدم من الطبقة المرفهة في المجتمع.

---

(١) فاطمة الزهراء عمر الناصر: الممارسات اللّغويّة في وسائل الاتصال الحديثة لدى الشّباب الجزائري: التّداخلات اللغوية نموذج للازدواجية، في: لغة الشباب العربي في وسائل التواصل الحديثة، مباحث لغوية(١)، مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية، ط١، الرياض، ١٤٣٦/ ٢٠١٤، ص ص ٣٥٩-٣٩٨.

(2) Warschauer, M., Elsaid, G., Zohry, A. (2002). Language Choice Online: Globalization and Identity in Egypt. Journal of Computer-Mediated Communication

(3) Bjornsson, J. (2010). Egyptian Romanized Arabic: A Study of Selected Features from Communication among Egyptian Youth on Facebook. MA Thesis, Univeristy of Oslo

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- دراسة: بيورنسون Bjornsson (٢٠١٠) [1] وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير اللهجة المحلية على الكتابة بالعربيزي بين مستخدمي العربيزي من الشباب المصري على موقع التواصل (Facebook). وقد أثبتت نتائج الدراسة أنه لا توجد قاعة موحدة لتمثيل حروف العلة عند الكتابة بالعربيزي، في المقابل كان هناك ثبات نسبي في تمثيل الحروف الساكنة عند استخدام العربيزي.
- دراسة: عبد الغفار وآخرون .Abdel-Ghaffar, N., et al. (٢٠١١) [2] والتي استهدفت التعرف على السياق الذي يستخدم فيه العربيزي وما إذا كان مرتبطاً بإحساس المستخدمين بهويتهم الوطنية، وذلك بالتطبيق على المستخدمين المصريين لـ (Facebook). وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن (٨٢٪) من المشاركين استخدموا العربيزي وأن العربيزي قد استخدمت بشكل رئيس في السياقات غير الرسمية وبين المستخدمين ثنائي اللغة.
- دراسة: نزال Nazzal (٢٠١٣م) [3] وقد أشارت إلى أن مستخدمي العربيزي يعتقدون بأنها أسهل من العربية، ويسهل فهمها من الجميع ماعدا كبار السن، كما يؤكدون أنها لا تؤثر على هويتهم العربية لأنهم أساساً يخلطون بين اللغتين العربية والإنجليزية في حياته اليومية، كما يعتقدون أنها ليست لغة جديدة بل طريقة جديدة للتعبير عن الجيل الشاب ولن تؤثر على الهوية والثقافة.

(1) Abdel-Ghaffar, N., et al. (2011). Arabizi or Romanization: the Dilemma of writing Arabic texts. JilJadid Conference. University of Texas, Austen

(2) Rieschild, V. (2007). Influences of Language Proficiency, Bilingual Socialization and urban Youth Identities on Producing Different Arabic-English Voices in Australia. Novitas Royal, Research on Youth and Language, 1(1), 3452

(3) Nazzal, N. (2013, May 9). Arabizi sparks concern among educators: Writing Arabic using English numbers and letters raises eyebrows among Arab elders. Gulf News. Retrieved from http://gulfnews.com/News/gulf/uae/education

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

التعليق على الدراسات السابقة:

- توجد دراسات علمية عديدة (منشورة باللغة العربية وباللغة الإنجليزية) تناولت الظواهر اللغوية المتمثلة في "اللغات الهجينية" الناتجة عن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي.
- استفاد الباحثان من خلال اطلاعهما واستعراضهما للدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وصياغة تساؤلاتها وفروضها، وتأكدا بعد اطلاعهما على الدراسات السابقة من عدم وجود دراسة تعرضت لدراسة اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية وهو ما تحاول هذه الدراسة تسليط الضوء عليه، ويجعلها محاولة للإضافة في هذا المجال.

مشكلة الدراسة:

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في التعرف على تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، والكشف عن إشكاليات ومظاهر هذا التأثير، وذلك من خلال رصد وتحليل اتجاهات النخبة العربية نحو هذا التأثير.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسة تتمثل في:

- التعرف على مدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.
- رصد وتحليل اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.
- الوقوف على واقع اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي.
- دراسة الظاهر اللغوية السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها في اللغة العربية.
- رصد مدى إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في نشر/ تدهور اللغة العربية.
- تقديم مقترحات لتطوير استخدامات اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

- والتعرف على أهم العقبات التي تحـول دون الانتـشار الـسليم للغـة العربيـة علـى شبكات التواصل الاجتماعي.
- تحديد الأسباب التي تدعو مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي إلى اللجـوء إلى الكتابة بلغة غير اللغة العربية.

أهمية الدراسة:

إن لكل دراسة علمية أهميتها التي تحث الباحث على إجرائها، وتنبع أهميـة هـذه الدراسة من طبيعة الموضوع الذي تناقشه فضلاً عن مجموعة مـن الاعتبـارات الرئيـسة منها:

- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية اللغة العربيـة الـتي تعـد مـع الـدين المقّـوم الـرئيس للهوية الوطنية للأمة الإسلامية والعربية، الأمر الـذي يجعـل أي تطـور يتعلـق بهـا ظاهرة تستحق الدراسة.
- الاسـتخدام منقطـع الـنظير –وفقـاً لأحـدث الإحـصائيات والأرقـام-لـشبكات التواصل الاجتماعي من قبل الجمهور في المنطقة العربية.
- كما تأتي أهمية هذه الدراسة مـن أهميـة النخبـة، والـتي بحكـم عملـها تُعـدُّ أكثـر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمعـات، والأكثـر إلمامـاً ووعيـاً لكـون أعضائها يحملون أعلى الشهادات العلمية.
- تعد الدراسة محاولة للإسهام في الجهود العلمية وكذا في إثراء الـتراث البحثـي فيمـا يتعلق بموضوع الدراسة.
- تعد الدراسة انطلاقة أمـام المعنـيين باللغـة العربيـة للتعـرف علـى المـشكلات الـتي تواجهها تمهيداً لوضع المقترحات والحلـول والمعالجـات مـن خـلال دراسـة علميـة منهجية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن مجموعة من التساؤلات أهمها:

١- ما عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي؟

٢- إلى أي مدى تهتم النخبة العربية بمتابعة تـأثير شـبكات التواصـل الاجتمـاعي في

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

استخدامات اللغة العربية؟

٣- ما مصادر النخبة العربية في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟

٤- ما اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟

٥- ما مقترحات النخبة العربية لتطوير استخدامات اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي؟

فروض الدراسة:

١- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.

٢- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية (التخصص العلمي، النوع، العمر).

نوع الدراسة ومنهجها:

وفقا لطبيعة المشكلة البحثية تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية Descriptive Studies التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة اتجاه النخبة العربية تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية، ولم تكتف الدراسة بالوصف ولكنها سعت لتفسير أهم ما توصلت إليه من نتائج.وفي إطار المشكلة البحثية التي تعالجها الدراسة وأهدافها، فإنها اعتمدت على منهج المسح الإعلامي الذي يعد أكثر المناهج ملاءمة لأغراض الدراسة، وتم تطبيقه بشقه الميداني أي في مستواه المتعلق بالجمهور، كمنهج أساسي في جمع وتحليل كافة البيانات والمعلومات بغية الوصول إلى تعميمات مبنية على أسس علمية.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الأكاديميين العرب العاملين في الجامعات السعودية

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

١٤٣٧/ ١٤٣٨هـ.الموافق ٢٠١٦/ ٢٠١٧م، بمختلف درجاتهم العلمية (أستاذ مساعد، وأستاذ مشارك، وأستاذ) حيث تمثل الجامعات السعودية إطاراً نموذجياً لمجتمع النخبة الأكاديمية في العالم العربي، فمنسوبيها ينتمون إلى جنسيات عربية مختلفة، ويمثلون مختلف الجامعات العربية ويتفاوتون في المستويات العمرية والتخصص العلمي، وهو ما يسمح بدوره بتمثيل النخبة الأكاديمية العربية. ونظراً لضيق الفترة الزمنية المخصصة لإجراء هذه الدراسة فقد اقتصر الباحثان على النخبة الأكاديمية كمجتمع للدراسة.

عينة الدراسة:

استخدم الباحثان عينة كرة الثلج "الشبكية" والتي تستخدم حين يصعب الوصول لكل المبحوثين لاتساع مساحة المملكة، حيث أرسل الباحث رابط الاستبيان إلى مجموعات المبحوثين عبر شبكات التواصل الاجتماعي خصوصا التي تعتمد على الهاتف المحمول مثل الواتس آب، وطلبا من الشخص الذى يستقبل الرسالة أن ينشرها على الآخرين ويحثهم على التعاون معهما وهو جوهر عينة كرة الثلج "الطريقة التي يتم اختيار المشاركين فيها بواسطة الترشيحات أو الإحالات" واستخدامها في دراستنا هدفه ضمان الوصول إلى نسبة كبيرة من المبحوثين، خاصة مع تشتت مجتمع البحث، و بالرغم من ذلك فقد بلغ عدد مفردات العينة التي استجابت للباحثين ٤٧مفردة تلقيا ردها عبر البريد الإليكتروني.

جدول رقم (١)

يوضح توزيع المشاركين وفقاً لسماتهم الديموغرافية

السمات الديموغرافية		التكرار	٪
النوع	ذكر	٣٢	٦٨,١
	أنثى	١٥	٣١,٩
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠
السن	٥٥ سنة فأكثر	٣	٦,٤
	أقل من ٣٥	٩	١٩,١
	من ٤٥ إلى أقل من ٥٥	١٤	٢٩,٨
	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥	٢١	٤٤,٧
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

السمات الديموغرافية		التكرار	٪
الدرجة العلمية	أستاذ	١٠	٢١,٣
	أستاذ مشارك	١٢	٢٥,٥
	أستاذ مساعد	٢٥	٥٣,٢
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠
التخصص العلمي	علمي	١٠	٢١,٣
	نظري	٣٧	٧٨,٧
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن السمات الديمغرافية للمشاركين في هذه الدراسة جاءت على النحو التالي:

- متغير النوع: جاءت نسبة الذكور ٦٨,١٪ والإناث ٣١,٩٪ وهي نسبة تعكس واقعية التركيبة الأكاديمية في الجامعات العربية عموما والسعودية خصوصاً، بزيادة عدد الذكور الأكاديميين على عدد الإناث.
- متغير السن: جاءت الشريحة العمرية ٣٥ إلى أقل من ٤٥ عاماً كأكبر شريحة بنسبة ٤٤,٧٪، ثم شريحة ٤٥ إلى أقل من ٥٥ عاماً بنسبة ٢٩,٨٪ ثم شريحة أقل من ٣٥عاماً بنسبة ١٩,١٪، ثم شريحة ٥٥ عاماً فأكثر بنسبة ٦,٤٪ بما يشير إلى ارتفاع نسبة الشباب في العينة، ويؤكد أن هذه الشريحة العمرية من النخبة هي الأكثر حرصاً على التعاون مع الباحثين. والأكثر تعايشاً وتفاعلاً مع ظاهرة الدراسة.
- متغير التخصص العلمي: جاء المشاركون من التخصصات العلمية النظرية في المرتبة الأولى بنسبة ٧٨,٧٪، بينما كانت نسبة المشاركين من التخصصات العلمية ٢١,٣٪ وهو ما يتوافق مع الإحصاءات التي تشير إلى زيادة عدد الأكاديميين في التخصصات النظرية في العالم العربي مقارنة بالمتخصصين في المجالات العلمية من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن قضية اللغة العربية أكثر قرباً وتماساً بالتخصصات النظرية.
- متغير الدرجة العلمية: تتوافق البيانات الخاصة بسمات المشاركين وفقاً لهذا المتغير مع البيانات في متغير السن، حيث جاء المشاركون ممن يحملون الدرجة العلمية

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

(أستاذ مساعد) في الترتيب الأول بنسبة ٥٣,٣٪، ثم درجة أستاذ مشارك بنسبة ٢٥,٥٪، وفي المرتبة الثالثة جاءت الدرجة العلمية(أستاذ) بنسبة ٢١,٣٪. وبشكل عام هناك تنوع في الدرجات العلمية للمشاركين في الدراسة بما يشير إلى أن نتائج هذه الدراسة قد بنيت على آراء مجتمع من النخبة يتسم بالنضج والوعي.

أداة جمع بيانات الدراسة:

قام الباحثان بتصميم استمارة استبيان كأداة لجمع المعلومات والبيانات من عينة الدراسة، حيث احتوت على ثلاثة محاور رئيسة: الأول خاص بعادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي، ويختص الثاني بعلاقة النخبة باللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي، ويختص المحور الثالث بقياس اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

صدق الأداة وثباتها:

وللتأكد من صدق الأداة وصلاحيتها لجمع بيانات الدراسة وتحقيق أهدافها، فقد قام الباحثان بعرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين (١٦)، حيث أبدوا ملاحظات مهمة عن العديد من المسائل المتعلقة بالشكل والمضمون، وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة وإضافة وحذف البعض الآخر، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري لأداة جمع البيانات.

أما ثبات الاستبيان فقد تم عن طريق معامل كرونباخ ألفا لفقراته جميعا ولكل مجال على حدة.

وقد بلغت قيمة الثبات لجميع الفقرات ٨١٤. وهي نسبة ثبات جيدة.

المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة:

قام الباحثان بإدخال البيانات وتحليلها باستخدام برنامج spss 21 لإجراء المعاملات الإحصائية وقد استخدام معامل كروسكال واليس لقياس الفروق بين أكثر من متغيرين.

مفاهيم الدراسة:

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- الاتجاهات: يُقصد بالاتجاه إجرائياً في هذه الدراسة وجهة النظر أو الموقف الذي تتبناه النخبة الأكاديمية نحو تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.
- النخبة: هي الفئة التي تحمل أعلى المؤهلات العلمية، والمكانة المتميزة ذاتها في المجتمع، بوعيها وثقافتها وقدرتها على التأثير في الرأي العام، وتشكيل قيم وثقافة مجموعة كبيرة من المجتمع ومن خلال إصداراتها العلمية ومشاركاتها الثقافية.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة:

١- عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (٢)

يوضح المدة الزمنية لاستخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي

المدة الزمنية	التكرار	٪
من عام إلى أقل من عامين	١	٢,١
من عامين إلى أقل من ثلاثة	٤	٨,٥
ثلاثة أعوام فأكثر	٤٢	٨٩,٤
المجموع	٤٧	١٠٠,٠٠

تبين النتائج في الجدول السابق أن استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي يتواكب مع ظهور هذه الشبكات وانتشارها بما يعكس تفاعل النخبة العربية معها وإحاطتها بالإشكاليات التي تثيرها وأبرزها تأثيرها في استخدامات اللغة العربية، حيث جاء استخدام النخبة لهذه الشبكات منذ ثلاثة أعوام فأكثر في المرتبة الأولى وبفارق كبير عما يليها وذلك بنسبة ٨٩,٤٪، بينما النخب التي تستخدمها منذ عامين إلى أقل من ثلاثة لم تتجاوز نسبتها ٨,٥٪، في حين أن هناك نسبة ضئيلة لا تتعدى ٢,١٪ من النخبة حديثة عهد باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

جدول رقم (٣)

يوضح الوسائل التي تستخدمها النخبة العربية

في الدخول لشبكات التواصل الاجتماعي

الوسائل	التكرار	٪
الحاسوب اللوحي I bad	٧	١٤,٩
الحاسوب المكتبي Desktop	١٤	٢٩,٨
الحاسوب المحمول Laptop	٢١	٤٤,٧
الهاتف المحمول Mobile	٤٥	٩٥,٧

تكشف البيانات في الجدول السابق عن تعدد الوسائل التي تعتمد عليها النخبة العربية في تصفح شبكات التواصل الاجتماعي، وأنها لا تعتمد على وسيلة واحدة بل أكثر من وسيلة، وهو ما يعكس تعايش النخبة مع هذه الوسائط الإعلامية الجديدة، والولوج لها في أي مكان أو زمان وتحت أي ظرف من الظروف. كما يعكس ذلك أيضاً تغلغل تقنيات الاتصال والإعلام وسيطرتها على جميع الفئات في مجتمع المعلومات.

كما تشير النتائج إلى أن أجهزة الهاتف المحمول أصبحت هي الوسيلة الأولى للولوج لهذه الشبكات لاسيما وأنها تتيح عملية التصفح بكل سهولة ويسر وبتكلفة أقل إلى حد ما مقارنة بالوسائل الأخرى...فقد جاءت في الترتيب الأول وبنسبة كبيرة جداً ٩٥,٧٪، يليها الحاسوب المحمول بنسبة ٤٤,٧٪، ثم الحاسوب المكتبي بنسبة ٢٩,٨٪، فالحاسوب اللوحي في الترتيب الأخير بنسبة ١٤,٩٪.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياَ أو تداولها تجارياَ)

جدول رقم(٤)

يوضح المدة الزمنية التي تقضيها النخبة العربية فيكل مرة تدخل فيها لشبكات التواصل الاجتماعي

المدة الزمنية	التكرار	٪
أقل من ١٠ دقائق	٤	٨,٥
من ١٠ دقائق إلى أقل من ٢٠ دقيقة	٧	١٤,٩
من ٢٠ دقيقة إلى أقل من ٣٠ دقيقة	١٣	٢٧,٧
٣٠ دقيقة فأكثر	٢٣	٤٨,٩
المجموع	٤٧	١٠٠,٠٠

تظهر الدراسة في الجدول السابق المدة الزمنية الكبيرة التي تقضيها النخبة العربية في كل مرة تدخل فيها إلى شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما يشير إلى الاعتماد الكبير للنخب على هذه الشبكات وأنها قد أصبحت من المصادر المهمة للمعلومات بالنسبة لهم– وهو ما تؤكده نتائج هذه الدراسة في المحور الخاص بمصادر متابعة النخبة لظاهرة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية (جدول رقم ١١) - وكما توضح البيانات في الجدول السابق فإن ٤٨,٩٪ من النخبة العربية تقضي أكثر من ٣٠ دقيقة في كل مرة تدخل فيها لشبكات التواصل الاجتماعي، بينما ٢٧,٧٪ من النخبة تقضي من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة، و١٤,٩٪ يقضون من ١٠ إلى أقل من ٢٠ دقيقة، في حين أن ٨,٥٪ فقط من النخبة هم الذين يقضون أقل من ١٠ دقائق.

جدول رقم(٥)

يوضح استخدام النخبة اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي

عدد المرات يوميا	ك	٪
مرة	١	٢,١
مرتان	٣	٦,٤
ثلاث مرات	٧	١٤,٩
أربع مرات فأكثر	٣٦	٧٦,٦
المجموع	٤٧	١٠٠,٠٠

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

تبرز البيانات في الجدول عادات الاستخدام اليومي للنخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي ومدى ارتباط النخبة العربية بهذه المنصات الإعلامية على مدار اليوم، ووفقاً لبيانات الجدول يستخدم نحو ٧٦,٦٪ من النخبة هذه المنصات أكثر من أربع مرات يومياً، بينما ١٤,٩٪ يستخدمونها ثلاث مرات يوميا، و٤,٦٪ يستخدمونها مرتين، و١,٢٪ يستخدمونها مرة واحدة فقط يومياً ويمكن أن تكون هذه النسبة هي التي لا تحوز الوسائط التي تمكنها من الدخول لهذه المنصات، أو لا يتوافر لها الاتصال بشبكة الإنترنت بشكل مستمر.

جدول رقم(٦)

يوضح شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة العربية

شبكات التواصل الاجتماعى	التكرار	٪
ماي سبيس	٢	٤,٣
لينكد إن	٧	١٤,٩
سناب شات	٨	١٧,٠٠
انستجرام	١٣	٢٧,٧
تويتر	٢١	٤٤,٧
يوتيوب	٢٤	٥١,١
فيس بوك	٣٥	٧٤,٥
واتس آب	٤١	٨٧,٢
شبكات وتطبيقات أخري	٤	٨,٥

كما تشير البيانات في الجدول السابق فإن النخبة العربية تستخدم العديد من شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وأن هذا الاستخدام لا يقتصر على منصة واحدة، وهو ما يتوافق مع تنوع وتعدد اهتمامات النخبة كفئة تقود الفئات الأخرى في المجتمع، ويلاحظ أن ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة العربية يتوافق إلى حد كبير مع نتائج أحدث الدراسات، والإحصاءات الخاصة باستخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية، حيث جاء

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

استخدام النخبة لتطبيق واتس آب في الترتيب الأول بنسبة ٨٧,٢٪، فالفيس بوك بنسبة ٧٤,٥٪، ثم اليوتيوب بنسبة ٥١,١٪، بينما جاء تويتر في المرتبة الرابعة في استخدامات النخبة بنسبة ٤٤,٧٪، ثم تطبيق انستجرام بنسبة ٢٧,٧٪ ثم سناب شات بنسبة ١٧,٠٠٪،وفي الترتيب السابع جاء لينكد إن بنسبة ١٤,٩٪، وأخيراً جاء ماي سبيس بنسبة ٤,٣٪.

٢- علاقة النخبة باللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي:

جدول رقم(٧)

يوضح مدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عندما يكتبون في شبكات التواصل الاجتماعي

مدى الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية	التكرار	٪
لا أهتم	٢	٤,٣
أهتم إلى حد ما	٢٠	٤٢,٣
أهتم بمراعاة قواعد اللغة تماماً	٢٥	٥٣,٢
المجموع	٤٧	١٠٠

من النتائج الجديرة بالاهتمام في هذه الدراسة ما تكشف عنه البيانات في الجدول السابق فيما يتعلق بمدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة في شبكات التواصل الاجتماعي، فبالرغم من مجيء الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية في الترتيب الأول إلا أن نسبة المهتمين لم تتجاوز ٥٣,٢٪. وهي نسبة لا تعبر عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به فئة النخبة بمسؤولية الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من أية تأثيرات تؤدي إلى ضعفها وتدهورها، وأن النخبة المهتمة إلى حد ما بمراعاة قواعد اللغة العربية تصل نسبتها إلى ٤٢,٣٪، كما أنه يوجد من بين النخبة من لا يهتمون بالأساس بمراعاة قواعد اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم ٤,٣٪.وهذه النتائج تطرح سؤالاً مهماً: هل النخبة العربية في العصر الراهن تمتلك من الاستعدادات ما يمكنها من الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من التأثيرات السلبية التي ظهرت مع اللغات السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

جدول رقم(٨)

يوضح اللغة التي تستخدمها النخبة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي

اللغة التى تستخدمها النخبة في شبكات التواصل الاجتماعى	التكرار	٪
اللغة الإنجليزية	٢١	٣٠,٩
اللغة العربية	٤٧	٦٩,١

تكشف بيانات الجدول السابق عن أن النخبة العربية لا تستخدم اللغة العربية فقط في التواصل عبر وسائل الإعلام الاجتماعي، وتستخدم بجانبها اللغة الإنجليزية وهي نتيجة منطقية حيث أنها تعد اللغة الثانية في الكثير من الدول العربية. فقد جاء استخدام اللغة العربية في الترتيب الأول بنسبة ٦٩,١٪، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة ٣٠,٩٪.

وتبرز هذه النتيجة جوانب من السمات الخاصة بالنخبة المتمثلة في القدر العالي من التأهيل العلمي والثراء الفكري، والخبرات المهنية التراكمية في مجال عملها والتواصل مع نظرائها في الدول الناطقة بغير العربية. كما تعكس هذه النتيجة دلالة خطيرة في حالة إذا ما كان هذا التواصل بين النخب العربية. بما قد يجعل النخبة شريكاً في إضعاف اللغة العربية.

جدول رقم(٩)

يوضح المستويات اللغوية التي تكتب بها النخبة العربية

في شبكات التواصل الاجتماعي

المستويات اللغوية	التكرار	٪
الفصحى التراثية	٦	١٢,٨
لا يوجد مستوى محدد	٨	١٧,٠٠
عامية المثقفين	١٥	٣١,٩
الفصحى العصرية	١٨	٣٨,٣
المجموع	٤٧	١٠٠,٠٠

توضح بيانات الجدول السابق أن النخبة العربية لا تتقيد بمستوى لغوي محدد في الكتابة في وسائط التواصل الاجتماعي. فقد جاء مستوى الفصحى العصرية في

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

الترتيب الأول بنسبة ٣٨,٣٪، فمستوى عامية المثقفين بنسبة ٣١,٩٪، ثم عدم وجود مستوى محدد في الترتيب الثالث بنسبة ١٧,٠٠٪، وأخيراً جاء مستوى الفصحى التراثية بنسبة ١٢,٨٪.

إن النتيجة السابقة تتفق مع ما أشارت غليه إحدى الدراسات في هذا الصدد من "أن هنالك حرية واضحة على مستوى استخدام اللغة التواصلية عبر المواقع والشبكات والهواتف وليس هناك أي نوع من أنواع التحسب للجانب اللغوي، أي أن الاعتبار يكون أولاً وأخيراً لتحقيق الهدف من عملية التواصل كيفما كان هو دون التحسب للضوابط اللغوية".

جدول رقم (١٠)

يوضح مدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

مدى الاهتمام بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية	التكرار	٪
لا أهتم	٣	٦,٤
أهتم جداً	١٦	٣٤,٠٠
أهتم إلى حد ما	٢٨	٥٩,٦
المجموع	٤٧	١٠٠

تكشف البيانات في الجدول السابق عن أحد النتائج المثيرة للجدل في هذه الدراسة والمتعلقة بمدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية حيث جاء اهتمام النخبة إلى حد ما – بمعنى أنها قد تهتم أو لا تهتم–في الترتيب الأول بنسبة ٥٩,٦٪، بينما الاهتمام بشكل كبير جاء في الترتيب الثاني وبنسبة ٣٤٪ فقط، في حين أن هناك من النخبة العربية من لا يهتمون أصلاً بهذه الإشكالية بلغت نسبتهم ٦,٤٪.

إن ما يجعل هذه النتيجة مثيرة للجدل كونها تتنافى مع أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمعات، والأكثر إلماماً ووعياً لكون أعضائها يتسمون بالكثير من السمات التي لا تتوافر فيمن دونهم.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

جدول رقم(١١)

يوضح المصادر التي تعتمد عليها النخبة العربية في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

المصادر	التكرار	٪
المؤسسات والمجامع المعنية باللغة العربية	٧	٢,١
المحافل العلمية المعنية باللغة العربية	١٢	٦,٤
وسائل الإعلام العربية المختلفة	٢١	١٤,٩
شبكات التواصل الاجتماعي	٢٨	٧٦,٦

تظهر البيانات في الجدول السابق الدور المهم لوسائل الإعلام بمختلف أشكالها سواء التقليدية منها أو الجديدة وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر من المصادر الرئيسة للمعلومات بالنسبة لمختلف الفئات في المجتمعات العربية وفي مقدمتها النخبة، حتى في القضايا ذات الصلة بتخصصات نوعية كقضية اللغة العربية التي تطرحها هذه الدراسة. حيث جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول كمصدر تعتمد عليه النخبة العربية في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية وبنسبة كبيرة جداً وصلت إلى ٧٦,٦٪، فوسائل الإعلام العربية المختلفة بنسبة ١٤,٩٪، ثم المحافل المعنية باللغة العربية بنسبة ٦,٤٪، وأخيراً جاءت مؤسسات ومجامع اللغة العربية بنسبة ٢,١٪. وهذه النتيجة تؤكد أهمية تكثيف الدور الذي تقوم به هذه المؤسسات والمجامع اللغوية، الأمر الذي يلقي بمزيد من المسؤوليات على مركز الملك عبد الله لخدمة اللغة العربية.

٣- اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

جدول رقم (١٢)

يوضح اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

درجة الموافقة / العبارة	أوافق		محايد		لا أوافق		المجموع		قيمة كا٢	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪			
تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الاتصالية والإعلامية لنشر اللغة العربية.	١٩	٤٠,٤	١٤	٢٩,٨	١٤	٢٩,٨	٤٧	١٠٠,٠٠	1.064[a]	2	.587
تقيّد بعض شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين بعدد محدود من الحروف بما لا يسمح بالاستطراد في طرح الأفكار.	٢٣	٤٨,٩	١٥	٣١,٩	٩	١٩,١	٤٧	١٠٠,٠٠	6.298[a]	2	.043
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين نشر بحوث تخدم اللغة العربية.	٢٧	٥٧,٤	١٥	٣١,٩	٥	١٠,٦	٤٧	١٠٠,٠٠	15.489[a]	2	.000
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية.	١٧	٣٦,٢	١٦	٣٤,٠٠	١٤	٢٩,٨	٤٧	١٠٠,٠٠	.298[a]	2	.862
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف باللغة العربية.	٢٠	٤٢,٦	١٦	٣٤,٠٠	١١	٢٣,٤	٤٧	١٠٠,٠٠	2.596[a]	2	.273
تعد اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي خطراً يهدد اللغة العربية.	٢٤	٥١,١	١٧	٣٦,٢	٦	١٢,٨	٤٧	١٠٠,٠٠	10.511[a]	2	.005
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لبعض المستخدمين الكتابة بلغة مبتذلة خارجة عن الآداب والذوق العام.	٣٥	٧٤,٥	٧	١٤,٩	٥	١٠,٦	٤٧	١٠٠,٠٠	35.915[a]	2	.000
لا يهتم مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة.	٣٩	٨٣,٠٠	٧	١٤,٩	١	٢,١	٤٧	١٠٠,٠٠	53.277[a]	2	.000
تعد شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً أساسياً في ظهور لغات تهدد اللغة العربية كـــــــــــ: الأرابيش، الفرانكو آراب، العربتيني.	٣٥	٧٤,٥	٨	١٧,٠٠	٤	٨,٥	٤٧	١٠٠,٠٠	36.298[a]	2	.000
يمكن أن تسهم اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي في طمس ونسيان اللغة العربية.	١٩	٤٠,٤	١٧	٣٦,٢	١١	٢٣,٤	٤٧	١٠٠,٠٠	2.213[a]	2	.331
كانت شبكات التواصل الاجتماعي سبباً في شعور الشباب بأهمية اللغة الإنجليزية، وعزوفهم عن استخدام اللغة العربية في التواصل فيما بينهم.	٢٥	٥٣,٢	١٣	٢٧,٧	٩	١٩,١	٤٧	١٠٠,٠٠	8.851[a]	2	.012

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

درجة الموافقة / العبارة	أوافق		محايد		لا أوافق		المجموع		قيمة كا٢	درجة الحرية	مستوى المعنوية
	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪	التكرار	٪			
تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح الكثير من الأخطاء اللغوية الشائعة.	١١	٢٣,٤	١٦	٣٤,٠٠	٢٠	٤٢,٦	٤٧	١٠٠,٠٠	2.596a	2	.273
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار اللغة العامية.	٣٥	٧٤,٥	٩	١٩,١	٣	٦,٣	٤٧	١٠٠,٠٠	36.936a	2	.000
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بعلماء اللغة العربية.	١٥	٣١,٩	١٣	٢٧,٧	١٩	٤٠,٤	٤٧	١٠٠,٠٠	1.191a	2	.551

توصلت الدراسة – وفقاً للبيانات في الجدول رقم ١٢- إلى مجموعة من النتائج المهمة الخاصة بقياس اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية وذلك باستخدام معامل كا٢، ويمكن عرض هذه النتائج على النحو التالي:

- تشير البيانات في الجدول أن نسبة ٤٠,٤٪ من النخبة العربية يؤيدون أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل الاتصالية والإعلامية لنشر اللغة العربية، بينما يعارض ذلك عدد من النخبة بلغت نسبتهم ٢٩,٨٪، في حين أن قطاع ليس بالقليل من النخبة بنفس النسبة السابقة لم يعرب عن رأيه بوضوح وكان محايداً. وكما تشير البيانات هناك اتجاه عام يميل نحو الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبر عن اتجاه إيجابي أو سلبي.
- يرى ٤٨,٩٪ من النخبة العربية أن بعض شبكات التواصل الاجتماعي تقيّد المستخدمين بعدد محدود من الحروف بما لا يسمح بالاستطراد في طرح الأفكار، بينما لم يوافق على ذلك ١٩,١٪ من النخبة، وبلغت نسبة المحايدين ١٩,١٪. وقد بلغت قيمة كا٢ 6.298a عند مستوى معنوية.043 وهو ما يشير إلى وجود فروق في اتجاهات النخبة تدعم الاتجاه السلبي لهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في هذا المجال من مجالات اللغة العربية.
- هناك فروق دالة إحصائيا في اتجاهات النخبة العربية تتجه نحو التأييد والموافقة الشديدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أحد الأوعية المهمة لنشر

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

البحوث التي تخدم اللغة العربية، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي للنخبة نحو تـأثير شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في هذا الصدد.

- تظهر النتـائج أن ٣٦,٢٪ مـن النخبـة العربيـة توافـق علـى أن شـبكات التواصـل الاجتماعي تسهم في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية، في حين رفـض ذلـك ٢٩,٨٪ من النخبة، وكانت نسبة المحايدين ٣٤,٠٠٪، وهو مـا لا يـشير إلى وجـود فروق في اتجاهات النخبـة نحـو إسـهام شـبكات التواصـل الاجتمـاعي في تعريـب مصطلحات تثري اللغة العربية.
- توصـلت الدراسـة إلى أن نـسبة ٤٢,٦٪ مـن النخبـة العربيـة تؤيـد أن منـصات التواصل الاجتماعي تقـوم بـدور مهـم في التعريـف باللغـة العربيـة، وأن ٢٣,٤٪ منهم لا توافق على ذلك، في حين عبر ٣٤,٠٠٪ من النخبـة عـن مـوقفهم المحايـد تجاه ذلك، ووفقاً للبيانات فإنه لا توجد فروق في اتجاهات النخبة نحو الـدور الـذي يمكن أن تسهم به شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف باللغة العربية وهـو مـا لا يشكل موقفاً إيجابياً أو سلبياً للنخبة بشكل عام.
- تؤيد النخبة العربيـة وبـشدة بنـسبة ٧٤,٥٪ أن وسـائط التواصـل الاجتمـاعي قـد أتاحت لبعض المستخدمين الكتابة بلغة مبتذلة خارجة عن الآداب والـذوق العـام، ولم يرفض ذلك سوى ١٠,٦٪ من النخبة، وعبّر ١٤,٩٪ منهم عن الموقف المحايد. ويتضح من البيانات أن هناك فروقـاً دالـة إحـصائياً تؤكـد الاتجـاه الـسلبي للنخبـة العربية نحو تأثير هذه الشبكات في اللغة العربية.
- يرى ٨٣,٠٠٪ من النخبة العربية أن مستخدمي شـبكات التواصـل الاجتمـاعي لا يهتمون بمراعاة قواعد اللغة العربيـة عنـد الكتابـة، ولم يعـترض علـى ذلـك سـوى ٢,١٪ منهم، في حين أبدى نحو١٤,٩٪ موقفهم الحيادي، وتعكس البيانات وجـود فروق دالة إحصائياً في اتجاهات النخبة تدعم الاتجاه السلبي لهم نحو تـأثير شـبكات التواصل الاجتماعي واعتبارها خطراً يهدد اللغة العربية.
- تظهر الدراسة أن ٧٤,٥٪ من النخبة العربية يوافقـون علـى أن شـبكات التواصـل الاجتماعي كانت عاملاً من رئيساً من عوامـل ظهـور اللغـات الهجـين، ولم يوافـق

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

على ذلك سوى نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٨,٥٪، وبلغت نسبة المحايدين ١٧,٠٠٪، وهو ما يشير إلى وجود فروق لها دلالتها الإحصائية التي تؤكد الاتجاه السلبي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

- تبين الدراسة أن نسبة ٤٠,٤٪ من النخبة العربية يرون إمكانية أن تسهم اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي في طمس ونسيان اللغة العربية، ووصلت نسبة غير الموافقين على ذلك ٢٣,٤٪، بينما كانت نسبة المحايدين ٣٦,٢٪، وكما تشير البيانات هناك اتجاه عام يميل نحو الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبر عن اتجاه إيجابي أو سلبي.
- توضح الدراسة أن نسبة ٥٣,٠٠٪ من النخبة العربية يؤيدون أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت سبباً في شعور الشباب بأهمية اللغة الإنجليزية، وعزوفهم عن استخدام اللغة العربية في التواصل فيما بينهم، بينما كانت نسبة غير الموافقين على ذلك ١٩,١٪، وبلغت نسبة المحايدين ٢٧,٧٪، وكما تشير البيانات فإن هناك اتجاهاً عاماً يميل نحو الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبر عن اتجاه إيجابي أو سلبي.
- تبين الدراسة أن نسبة ٣١,٩٪ من النخبة العربية أن شبكات التواصل الاجتماعي تساعد في تصحيح الكثير من الأخطاء اللغوية الشائعة، بينما كانت نسبة غير الموافقين على ذلك ٤٢,٦٪، وبلغت نسبة المحايدين ٣٤,٠٠٪، وكما تشير البيانات فإن هناك اتجاهاً عاماً يميل نحو عدم الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبر عن اتجاه إيجابي أو سلبي للنخبة في هذا الصدد.
- تظهر الدراسة أن ٧٤,٥٪ من النخبة العربية يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في انتشار اللغة العربية، ولم يوافق على ذلك سوى نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٦,٣٪، وبلغت نسبة المحايدين ١٩,١٪، وهو ما يشير إلى وجود فروق لها دلالتها الإحصائية التي تؤكد الاتجاه الإيجابي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- تبين الدراسة أن نسبة ٣١,٩٪ من النخبة العربية يرون أن شبكات التواصل الاجتماعي تسهم في التعريف بعلماء اللغة العربية. بينما كانت نسبة غير الموافقين على ذلك ٤٠,٤٪، وبلغت نسبة المحايدين ٢٧,٧٪، وكما تشير البيانات فإن هناك اتجاهاً عاماً يميل نحو عدم الموافقة إلا أنه لا يعكس فروقاً ذات دلالة إحصائية تعبر عن اتجاه إيجابي أو سلبي للنخبة في هذا الصدد.

ثانياً: اختبار صحة فروض الدراسة:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عادات استخدام النخبة العربية لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية.

جدول (١٣)

يوضح مدى وجود فروق بين عادات استخدام النخبة لشبكات التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو تأثيرها في اللغة العربية

المتغير		ك	٪	متوسط الرتب	قيمة كا٢	درجة الحرية	مستوى المعنوية
سنوات الاستخدام	من عام إلى أقل من عامين	١	٢,١	1.00	4.135	2	.126
	من عامين إلى أقل من ثلاثة	٤	٨,٥	17.25			
	ثلاثة أعوام فأكثر	٤٢	٨٩,٤	25.19			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				
مدة الاستخدام في المرة الواحدة	أقل من ١٠ دقائق	٤	٨,٥	19.88	3.977	3بين	.264
	من ١٠إلى أقل من ٢٠ دقيقة	٧	١٤,٩	1.00			
	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ دقيقة	٢٣	٢٧,٧	23.18			
	٣٠ دقيقة فأكثر	٢٣	٤٨,٩	26.39			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				
مرات الاستخدام اليومي	مرة	١	٢,١	36.50	3.845	3	.279
	مرتان	٣	٦,٤	11.67			
	ثلاثة مرات	٧	١٤,٩	21.29			
	أربع مرات فأكثر	٣٦	٧٦,٦	25.21			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

باختبار كا٢ توصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق في اتجاهات النخبة نحو تـأثير شبكات التواصـل في اللغـة العربيـة تبعـا لمعيـار سـنوات اسـتخدام النخبـة لـشبكات التواصــل الاجتمــاعي، حيــث بلغــت قيمــة مربــع كــاي ٤,١٣٥عنــد مــستوى معنوية.١٢٦كما تظهر البيانـات في الجـدول الـسابق عـدم وجـود فـروق في اتجاهـات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل في اللغة العربية تبعا لمعيار مـدة الاسـتخدام في المـرة الواحدة، فقد بلغت قيمة كا٢ ٣,٩٧٧ عند مستوى معنوية ٢٦٤، ووفقـاً للبيانـات في الجدول فإنه لا توجد فروق في اتجاهات النخبة نحو تـأثير شـبكات التواصـل في اللغـة العربية تبعا لمعيار مرات الاسـتخدام اليـومي حيـث بلغـت قيمـة كـا٢ ٣,٨٤٥ عنـد مستوى معنوية.٢٧٩، وهذا يعني رفضاً كلياً لصحة هذا الفرض من فروض الدراسـة، وأنه لا توجد فروق ذات دلالـة إحـصائية بـين المـتغيرات المرتبطـة بعـادات اسـتخدام النخبة لشبكات التواصل وتأثيرها في استخدام اللغة العربية.

- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهـات النخبـة العربيـة نحـو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربيـة تبعـاً لخصائـصهم الديموغرافية (النوع، العمر، الدرجة العلمية، التخصص العلمي).

جدول (١٤)

يوضح مدى وجود فروق في اتجاهات النخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية تبعاً لخصائصهم الديموغرافية (النوع، العمر، الدرجة العلمية، التخصص العلمي).

المتغير		ك	٪	متوسط الرتب	قيمة كا٢	درجة الحرية	مستوى المعنوية
النوع	ذكر	٣٢	٦٨,١	26.69	3.886	1	.049
	أنثى	١٥	٣١,٩	18.27			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				
العمر	أقل من ٣٥ عاماً	٩	١٩,١	19.78	3.977	3	.527
	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥ عاماً	٢١	٤٤,٧	27.12			
	من ٤٥ إلى أقل من ٥٥ عاماً	١٤	٢٩,٨	22.64			
	٥٥ عاماً فأكثر	٣	٦,٤	21.17			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

المتغير		ك	٪	متوسط الرتب	قيمة كا٢	درجة الحرية	مستوى المعنوية
الدرجة العلمية	أستاذ مساعد	٢٥	٥٣,٢	23.18	2.245	2	.325
	أستاذ مشارك	١٢	٢٥,٥	21.13			
	أستاذ	١٠	٢١,٣	29.50			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				
التخصص العلمي	نظري	٣٧	٧٨,٧	24.50	.233	1	.629
	عملي	١٠	٢١,٣	22.15			
المجموع		٤٧	١٠٠,٠٠				

تبين باختبار كا٢ وجود فروق في اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية تبعاً لمتغير النوع، حيث بلغت قيمة كا ٢ ٣,٨٨٦ عند مستوى معنوية ٠٤٩ كما تشير البيانات في الجدول السابق أنه لا توجد فروق في اتجاهات المشاركين من النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية تبعاً للسمات الديموغرافية الأخرى (العمر، والدرجة العلمية، والتخصص العلمي) وهو ما يعني رفضاً جزئياً لصحة هذا الفرض من فروض الدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

تعد إشكالية شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها باللغة العربية من أبرز القضايا المطروحة على المعنيين والمهتمين بالشأن اللغوي والإعلامي عموماً، حيث تتضافر حولها جهود الباحثين في المجال اللغوي والإعلامي لدراستها وسبر أغوارها من زواياها وأبعادها المتعددة، وتعد هذه الدراسة حلقة من سلسلة دراسات تركزت حول هذه الظاهرة...وقد ركز الباحثان على دراسة أحد الأبعاد المهمة ذات الارتباط الوثيق بهذه الظاهرة لاسيما وأن هناك فراغا كبيراً في الأدبيات المرتبطة بهذا الموضوع تأتي هذه الدراسة لتسهم في سدّه. هذا البعد هو "اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية". وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أبرزها:

- تستخدم النخبة العربية العديد من شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي، وأن

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

هذا الاستخدام لا يقتصر على منصة واحدة، وهو ما يتوافق مع تنوع وتعدد اهتمامات النخبة كفئة تقود الفئات الأخرى في المجتمع، ويلاحظ أن ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمها النخبة العربية يتوافق إلى حد كبير مع نتائج أحدث الدراسات، والإحصاءات الخاصة باستخدام شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي في المنطقة العربية.

- كشفت الدراسة فيما يتعلق بمدى اهتمام النخبة العربية بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة في شبكات التواصل الاجتماعي، أن نسبة المهتمين لم تتجاوز ٥٣,٢٪. وبالرغم من مجيء الاهتمام بمراعاة قواعد اللغة العربية في الترتيب الأول إلا أنها نسبة لا تعبر عن الدور الذي ينبغي أن تضطلع به فئة النخبة بمسؤولية الحفاظ على اللغة العربية وحمايتها من أية تأثيرات تؤدي إلى ضعفها وتدهورها، وأن النخبة المهتمة إلى حد ما بمراعاة قواعد اللغة العربية تصل نسبتها إلى ٤٢,٣٪، كما أنه يوجد من بين النخبة من لا يهتمون بالأساس بمراعاة قواعد اللغة العربية حيث بلغت نسبتهم ٤,٣٪.
- توصلت الدراسة إلى أحد النتائج المثيرة للجدل والمتعلقة بمدى اهتمام النخبة العربية بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية حيث جاء اهتمام النخبة إلى حد ما – بمعنى أنها قد تهتم أو لا تهتم-في الترتيب الأول بنسبة ٥٩,٦٪، بينما الاهتمام بشكل كبير جاء في الترتيب الثاني وبنسبة ٣٤٪ فقط، في حين أن هناك من النخبة العربية من لا يهتمون أصلاً بهذه الإشكالية، وتبلغ نسبتهم ٦,٤٪.إن ما يجعل هذه النتيجة مثيرة للجدل كونها تتنافى مع أهمية النخبة، والتي بحكم عملها تُعدُّ أكثر الفئات تفاعلاً مع المتغيرات الحاصلة في المجتمعات، والأكثر إلماماً ووعياً لكون أعضائها يتسمون بالكثير من السمات التي لا تتوافر فيمن دونهم.
- هناك فروق دالة إحصائيا في اتجاهات النخبة العربية تتجه نحو التأييد والموافقة الشديدة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أحد الأوعية المهمة لنشر البحوث التي تخدم اللغة العربية، وهو ما يشير إلى الاتجاه الإيجابي للنخبة نحو تأثير

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في هذا الصدد.

- تظهر الدراسة أن ٧٤,٥٪ من النخبة العربية يوافقون على أن شبكات التواصل الاجتماعي كانت عاملاً من رئيساً من عوامل ظهور اللغات الهجين، ولم يوافق على ذلك سوى نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٨,٥٪، وبلغت نسبة المحايدين ١٧,٠٠٪، وهو ما يشير إلى وجود فروق لها دلالتها الإحصائية التي تؤكد الاتجاه السلبي للنخبة نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في اللغة العربية.

التوصيـــــات:

تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات المنبثقة عن مقترحات النخبة العربية لحماية اللغة العربية والحفاظ عليها وتطوير استخداماتها في شبكات التواصل الاجتماعي، والتي يمكن استعراض أبرزها على النحو التالي:

- التركيز في مجال دراسات تأثير وسائل الإعلام عموماً وشبكات التواصل تحديداً على السلوك اللغوي للمجتمعات العربية.
- تعريب البرمجيات، بما يضمن الحفاظ على استخدامها في الكتابات العربية في وسائط وتطبيقات التواصل الاجتماعي، ولا يؤدي إلى تشويه اللغة العربية كما أحدثت ظاهرة اللغة الهجين.
- القيام بالحملات التوعوية التي تستهدف الشباب وتركز على أهمية اللغة العربية والحفاظ عليها.
- العمل على زيادة وتكثيف المحتوى العربي علي شبكة الإنترنت بما يتناسب مع عدد مستخدمي الشبكة من الناطقين باللغة العربية.
- تدشين المواقع الإلكترونية التي تستهدف إثراء اللغة العربية.
- انطلاقاً من المثل العربي الشهير "لا يفلّ الحديد إلا الحديد" لابد من صياغة الرؤى ووضع الاستراتيجيات من جانب المعنيين باللغة العربية من الخبراء اللغويين والإعلاميين لتوظيف شبكات وتطبيقات التواصل الاجتماعي لتكون منصات لحماية اللغة العربية والحفاظ عليها.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجاريا)

ملحق الدراسة.. استمارة استبيان حول:
اتجاهات النخبة العربية نحو تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية

د. فلاح عامر الدهمشي
د. محمد أحمد هاشم الشريف
الأستاذ المساعد في قسم الاتصال والإعلام
بجامعة الملك فيصل

السلام عليكم... نشكر لسعادتكم سلفاً حسن تعاونكم مع الباحثين، مقدرين مساهمتكم في تعبئة بيانات هذه الاستبانة التي لن تستغرق أكثر من خمسة دقائق، علماً بأن هذه البيانات سرية ولن تستخدم في غير الأغراض الأكاديمية.

١ - منذ متى وأنتم تستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي؟
- أقل من عام
- من عام إلى أقل من عامين.
- من عامين إلى أقل من ثلاثة.
- ثلاثة أعوام فأكثر.

٢- ما الوسائل التي تستخدمونها في دخولكم لشبكات التواصل الاجتماعي؟ (أكثر من بديل)
- الحاسوب المحمول Laptop
- الهاتف المحمول Mobile
- الحاسوب المكتبي Desktop
- الحاسوب اللوحي I bad

٣- ما المدة التي تقضونها في كل مرة عند استخدام شبكات التواصل الاجتماعي؟
- أقل من ١٠ دقائق.
- من ١٠ دقائق إلى أقل من ٢٠ دقيقة.
- من ٢٠ دقيقة إلى أقل من ٣٠ دقيقة.

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

- ٣٠ دقيقة فأكثر.

٤- كم مرة يوميا تستخدم فيها شبكات التواصل الاجتماعي؟
- مرة.
- مرتان.
- ثلاث مرات.
- أربع مرات فأكثر.

٥- ما شبكات التواصل الاجتماعي التي تستخدمونها؟ (أكثر من بديل)
- فيس بوك.
- تويتر.
- واتس آب.
- سناب شات.
- ماي سبيس.
- انستجرام.
- لينكد إن.
- يوتيوب.
- أخرى.......................

٦- ما مدى اهتمامكم بمراعاة قواعد اللغة العربية عندما تكتبون لشبكات التواصل الاجتماعي؟
- أهتم بمراعاة قواعد اللغة تماماً.
- أهتم إلى حد ما.
- لا أهتم.

٧- ما اللغة التي تستخدمونها في التواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟ (أكثر من بديل)
- اللغة العربية.
- اللغة الإنجليزية.
- اللغة الفرنسية.
- لغات أخرى...........

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

٨- ما مستوى اللغة العربية الذي تكتبون به في شبكات التواصل الاجتماعي؟ (أكثر من بديل)

- الفصحى التراثية.
- الفصحى العصرية.
- عامية المثقفين.
- لا يوجد مستوى محدد.

٩- ما مدى اهتمامكم بمتابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية؟

- مهتم جداً.
- مهتم إلى حد ما.
- غير مهتم.

١٠- ما مصادركم في متابعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية (أكثر من بديل)

- المؤسسات والمجامع المعنية باللغة العربية.
- المحافل العلمية المعنية باللغة العربية.
- وسائل الإعلام العربية المختلفة.
- شبكات التواصل الاجتماعي.
- مصادر أخرى..........................

١١- فيما يلي مجموعة من العبارات التي تبرز تأثير شبكات التواصل الاجتماعي في استخدامات اللغة العربية...برجاء تحديد مدى موافقتكم عليها؟

العبارة / درجة الموافقة	أوافق	محايد	لا أوافق
تعد شبكات التواصل الاجتماعي من أهم الوسائل الاتصالية والإعلامية لنشر اللغة العربية.			
تقيّد بعض شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين بعدد محدود من الحروف بما لا يسمح بالاستطراد في طرح الأفكار.			
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي للمستخدمين نشر بحوث تخدم اللغة العربية.			

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

العبـــارة / درجة الموافقة	أوافق	محايد	لا أوافق
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في تعريب مصطلحات تثري اللغة العربية.			
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف باللغة العربية.			
تعد اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي خطراً يهدد اللغة العربية.			
تتيح شبكات التواصل الاجتماعي لبعض المستخدمين الكتابة بلغة مبتذلة خارجة عن الآداب والذوق العام.			
لا يهتم مستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي بمراعاة قواعد اللغة العربية عند الكتابة.			
تعد شبكات التواصل الاجتماعي عاملاً أساسياً في ظهور لغات تهدد اللغة العربية كـــــــــــــــ: الأرابيش، الفرانكو آراب، العربتيني.			
يمكن أن تسهم اللغة السائدة في شبكات التواصل الاجتماعي في طمس ونسيان اللغة العربية.			
كانت شبكات التواصل الاجتماعي سبباً في شعور الشباب بأهمية اللغة الإنجليزية وعزوفهم عن استخدام للغة العربية في التواصل فيما بينهم.			
تساعد شبكات التواصل الاجتماعي في تصحيح الكثير من الأخطاء اللغوية الشائعة.			
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار اللغة العامية.			
تسهم شبكات التواصل الاجتماعي في التعريف بعلماء اللغة العربية.			

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

١٢- ما أهم مقترحاتكم لتطوير استخدامات اللغة العربية في شبكات التواصل الاجتماعي؟

١) ....

٢) ....

٣) ....

٤) ....

البيانات الديموغرافية:

النوع:

- ذكر.
- أنثى.

السن:

- أقل من ٣٥
- من ٣٥ إلى أقل من ٤٥
- من ٤٥ إلى أقل من ٥٥
- ٥٥ سنة فأكثر

الدرجة العلمية:

- أستاذ مساعد
- أستاذ مشارك
- أستاذ.

التخصص:

- نظري
- عملي

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)

فهرس المحتويات

(هذه الطبعة إهداء من المركز ولا يسمح بنشرها ورقياً أو تداولها تجارياً)